

ビザスク

—

2021年2月期

通期決算説明資料

目次

1. 会社およびサービスの概要
2. 2021年2月期決算
3. 2022年2月期の方針と業績予想

会社概要

会社名	株式会社ビザスク
所在地	東京都目黒区青葉台4-7-7 住友不動産青葉台ヒルズ9F
設立年月	2012年3月
事業内容	ビジネス分野に特化したナレッジプラットフォームの運営
代表取締役CEO	端羽英子
役員数	151人（2021年2月）
株式数	発行済株式総数 8,789,450株（完全希薄化後 9,330,400株）※1
VC保有比率	持株比率合計：8.25% ※1

※1 2021年2月28日時点における株主名簿



知見と、挑戦をつなぐ

私たちは、世界で1番のナレッジプラットフォームをつくります。

様々なニーズをつなぐことで、
実際に経験したことで得られた知識や意見を、知見として価値最大化します。

組織、世代、地域を超えて、知見を集めつなぐことで、
世界中のイノベーションに貢献します。

経営陣



代表取締役CEO 端羽 英子

東京大学卒業後、ゴールドマン・サックス証券、日本ロレアルを経て、MITに留学しMBAを取得。国内投資ファンドユニゾン・キャピタルにてバイアウト投資に5年間携わった後、ビザスクを立ち上げる。



取締役CFO 安岡 徹

東京大学卒業後、JPモルガンを経て、国内投資ファンドのユニゾン・キャピタルにおいてバイアウト投資に14年間携わり、投資先企業の取締役等として価値向上を実現。ビザスクではコーポレート業務全般を統括。



執行役員 FIG事業部長 井無田 ゆりか

慶應義塾大学卒業後、JPモルガン証券にてNY/東京の内部監査に8年従事、資産運用部門にてマーケティングを担当。16年1月にビザスクに参画し、事業部長として仕組み化を牽引後、コンプライアンス担当執行役員ののち、FIG事業部を統括。



執行役員 ビザスク開発担当 田中 慶之

東京工科大学大学院修了後、大日本印刷に入社し、自然言語処理技術の研究開発や写真共有SNSの立ち上げに従事。その後、GREEにてネイティブアプリ開発のプロジェクトマネージャーを経て、17年4月にビザスクに参画。「ビザスク」のシステム開発を統括。



VPoE 鶴飼 吉行

専門学校卒業後、エンジニア、プロジェクトマネージャーとして独立系SIerを複数社経験。その後、ウィルゲートにて、開発執行役員に就任。組織マネジメントを中心にプロダクト開発に従事。2020年1月にビザスク参画。



取締役COO 瓜生 英敏

東京大学大学院修了後、ゴールドマン・サックスにて国内外の多数のテクノロジー企業に対するM&A/資金調達の助言業務に約19年携わった後、ビザスクに参画。コア事業「ビザスク」の拡大と海外展開を担う。



執行役員 事業法人部長 田中 亮

早稲田大学卒業後、住友商事での化学品トレード、採用・人事コンサルティング会社を経て、15年7月にビザスクに参画。採用、CS等の様々な業務立ち上げを担った後、事業法人向けサービス全般を統括。



執行役員 PF事業部長 七倉 壮

一橋大学卒業後、日本政策投資銀行にて地方経済調査や中堅・大企業向け長期融資、DBJキャピタルにてベンチャー投資に携わる。16年5月にビザスク参画、FIG事業部長後、PF事業部を統括。

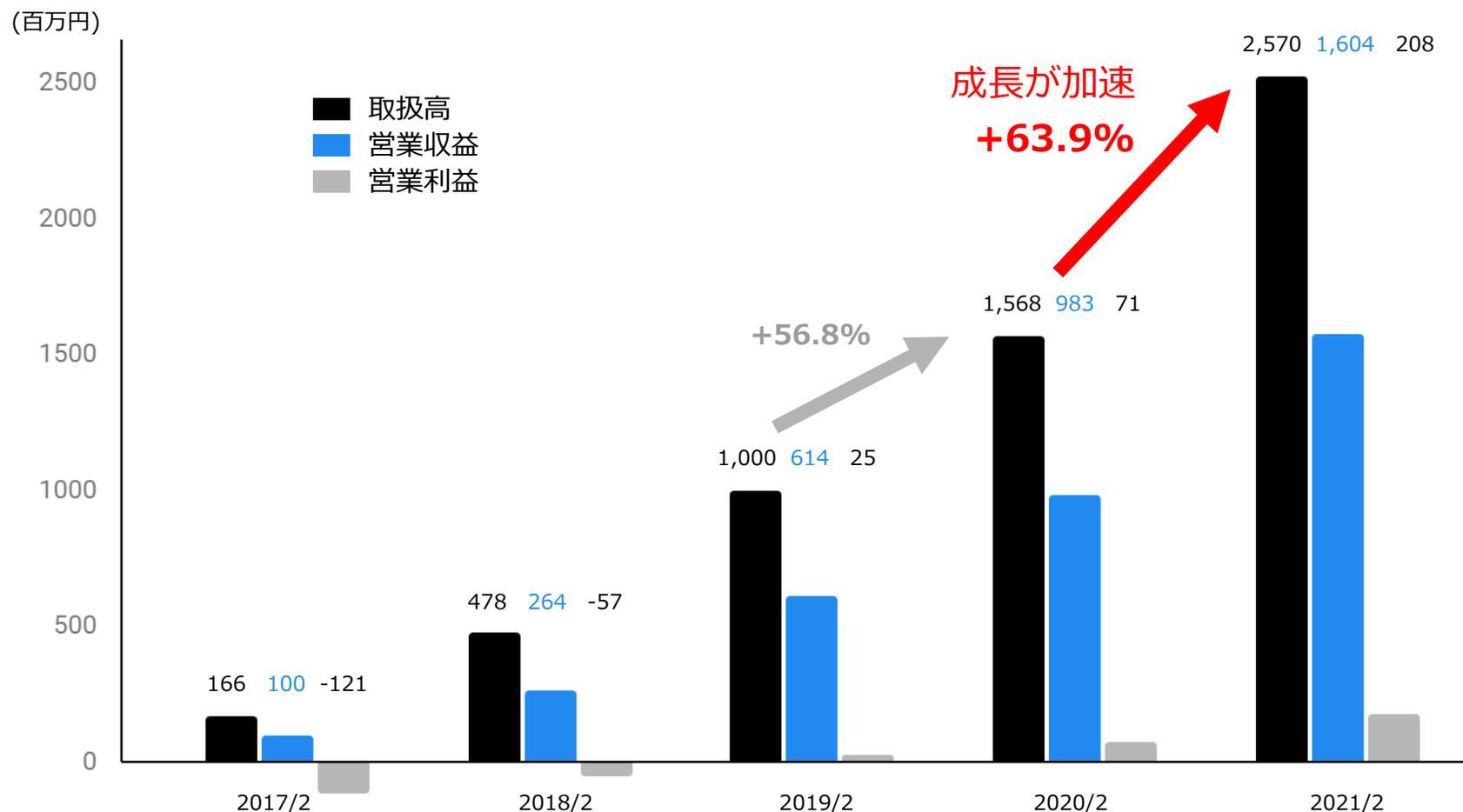


執行役員 CEO室長 ビザスクlite事業部長 宮崎 雄

リクルートHRマーケティングに入社後、営業・新規事業開発を経て、リクルートホールディングス、リクルートジョブズ(現リクルート)の経営企画部門の責任者として従事。2019年3月にビザスクに参画、CEO室長。同12月からは、ビザスクlite事業部の事業部長を兼務。

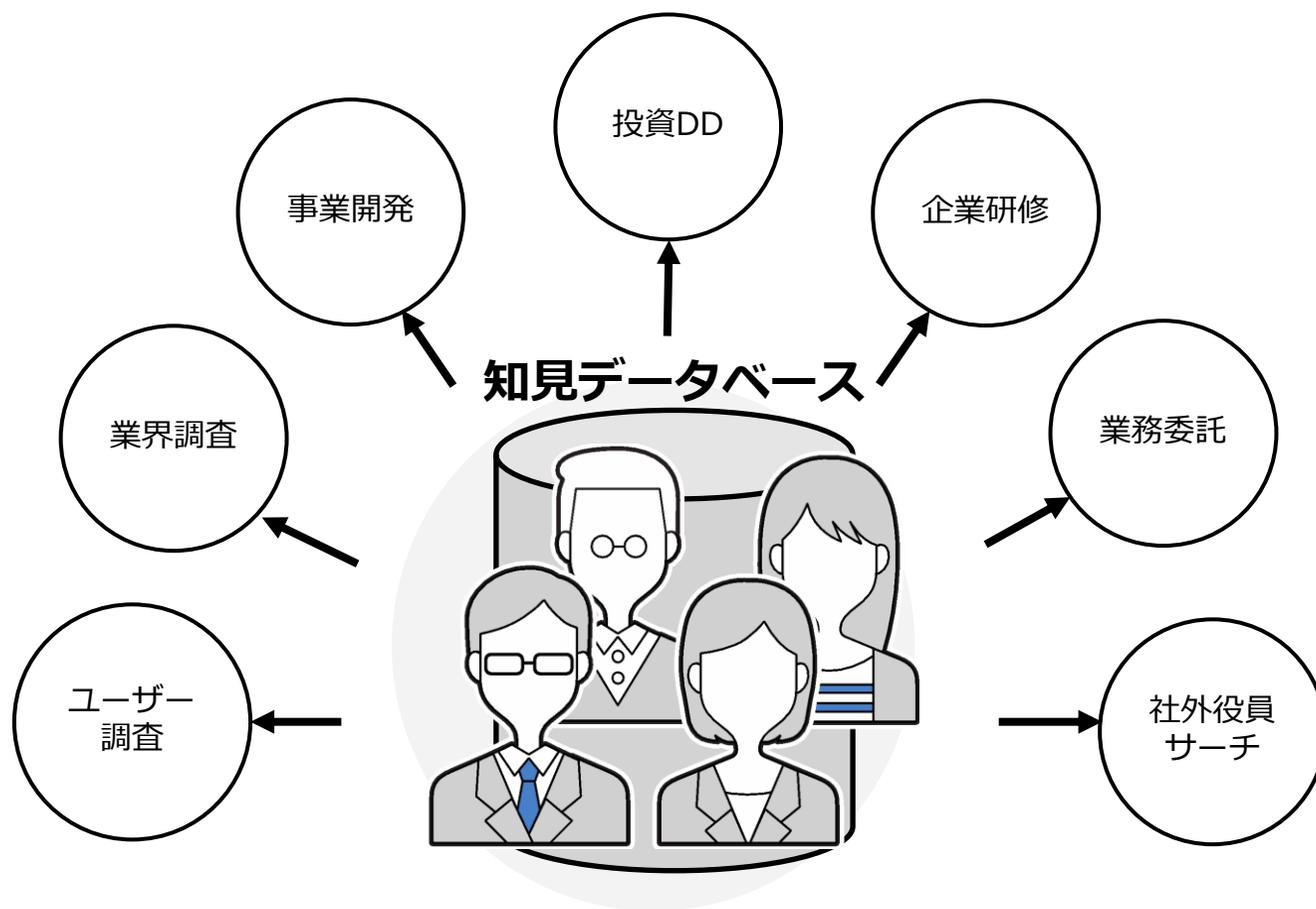
業績の推移

- 国内有数の知見プラットフォームとしての競争優位性を拡大
- 今期も高成長を実現し、国内最大プレイヤーとしての地位を強化



総合ナレッジプラットフォームとしての展開

- 知見データベースをコアバリューとして、あらゆる知見ニーズをカバーする

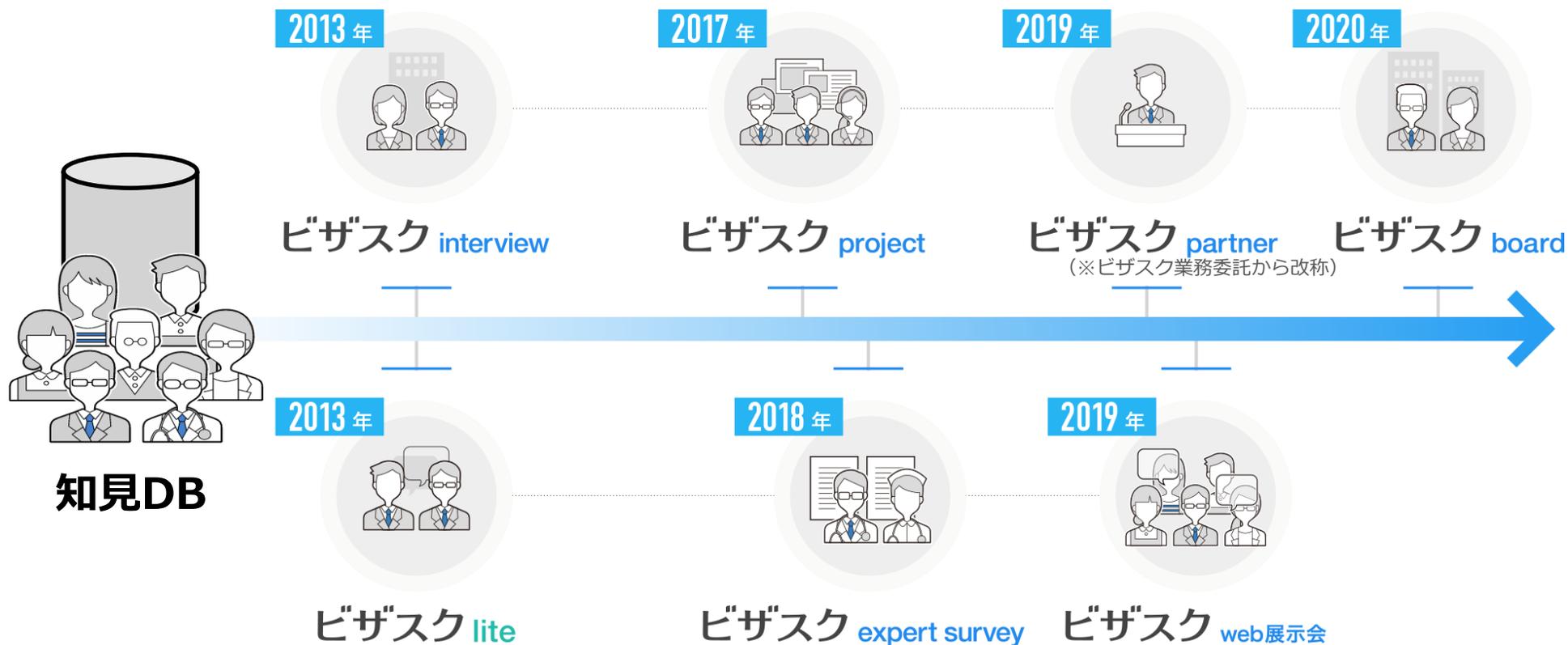


アドバイザー

140,000人超 ※2021年4月14日時点

知見データベースをもとに、サービスを開発

- 知見データベースが、ビザスクの付加価値の源泉
- ビザスクinterviewをコアサービスとしつつ、新規プロダクトを開発していく



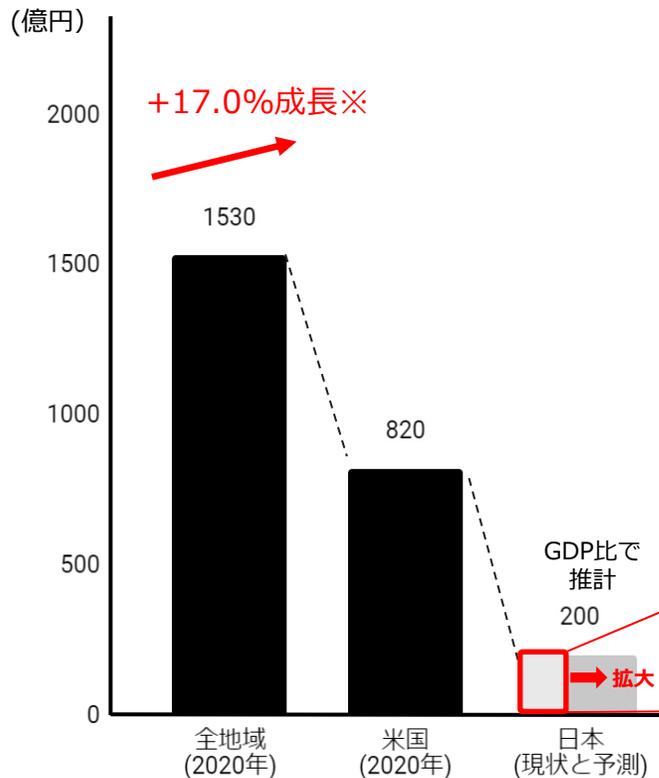
(参考) サービス一覧

	内 容	クライアント	テイク レート
フルサポート	ビザスク interview 1時間単位での 対面インタビュー／電話会議 ビザスクメンバーがフルサポート	事業法人 プロフェッショナルファーム (コンサルティング会社& 金融法人) 海外クライアント	サービスまたは案件により異なる 全体で 60%強
	ビザスク project アドバイザーの知見を活用しつつ 社内事業提案制度を伴走支援		
	ビザスク expert survey BtoBの特定領域における オンラインアンケート調査		
	ビザスク partner 幅広い業界のアドバイザーが 柔軟な時間設定でご支援		
	ビザスク web展示会 登録アドバイザー全体から募る 「アイデア募集」		
	ビザスク board 社外取締役のマッチング		
セルフ	ビザスク lite 1時間単位での 対面インタビュー／電話会議 web上でセルフマッチング	個人 スタートアップなど	30%

ビザスクの事業領域と市場規模

- 顕在化している国内インタビュー市場において、圧倒的シェアを確立
- インタビュー市場の拡大に伴い、シェアを維持・拡大しつつ市場を育成
- 総合ナレッジソリューションへの展開 + 海外展開により、更なるTAM拡大を目指す

インタビューの国内市場規模



※InexOneの資料をもとにGDP比によって当社にて推計
※全地域の2015-2020の成長率

ナレッジソリューションの市場規模



※1 出所: 矢野経済研究所企業向け研修サービス市場に関する調査(2020年)

※2 出所: 日本マーケティングリサーチ協会第45回経営業務実態調査(2020年4月1日~7月10日)

※3 出所: 総務省 科学技術研究調査「平成30年科学技術研究調査」をもとに、調査費用10%のうち10%程度が外部調査費用と仮定

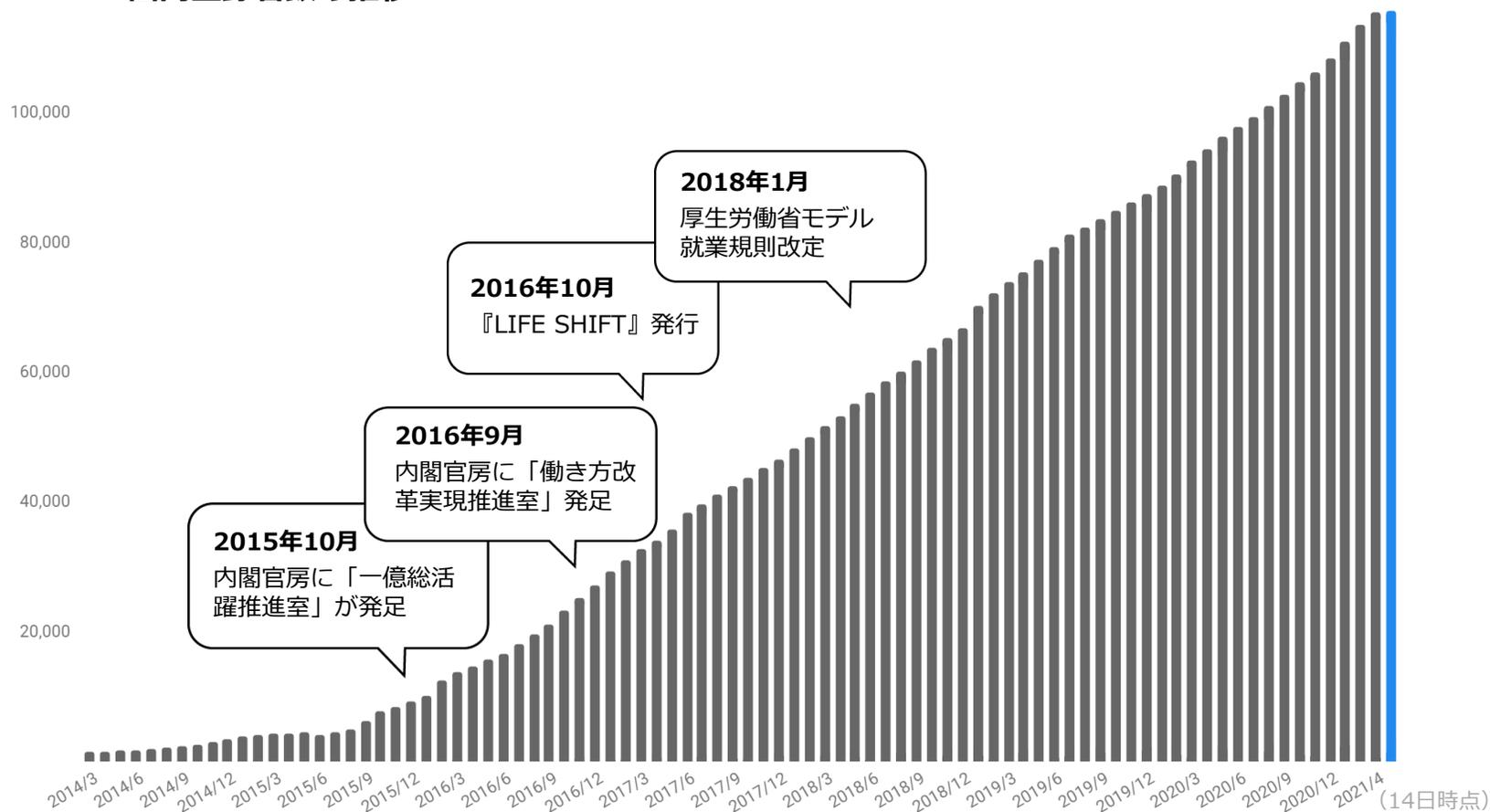
※4 出所: IDC Japan「国内コンサルティングサービス市場」予測をもとに、1件あたりのコンサルティングサービスにおける外部調査費用を5%程度と仮定

※5 出所: 東京証券取引所他「2017年株式分布状況調査結果の概要」及び投資信託協会統計データより、アクティブ投資家の運用額を60兆円と推計し、運用報酬1.5%のうち2%程度が外部調査費用と当社にて仮定

アドバイザーの増加によるデータベースの充実

- 「働き方改革」黎明期から、個人の新たな活躍機会を提唱
- あらゆる業界・職域をカバーする、国内外140,000人超が登録

(人) 国内登録者数の推移

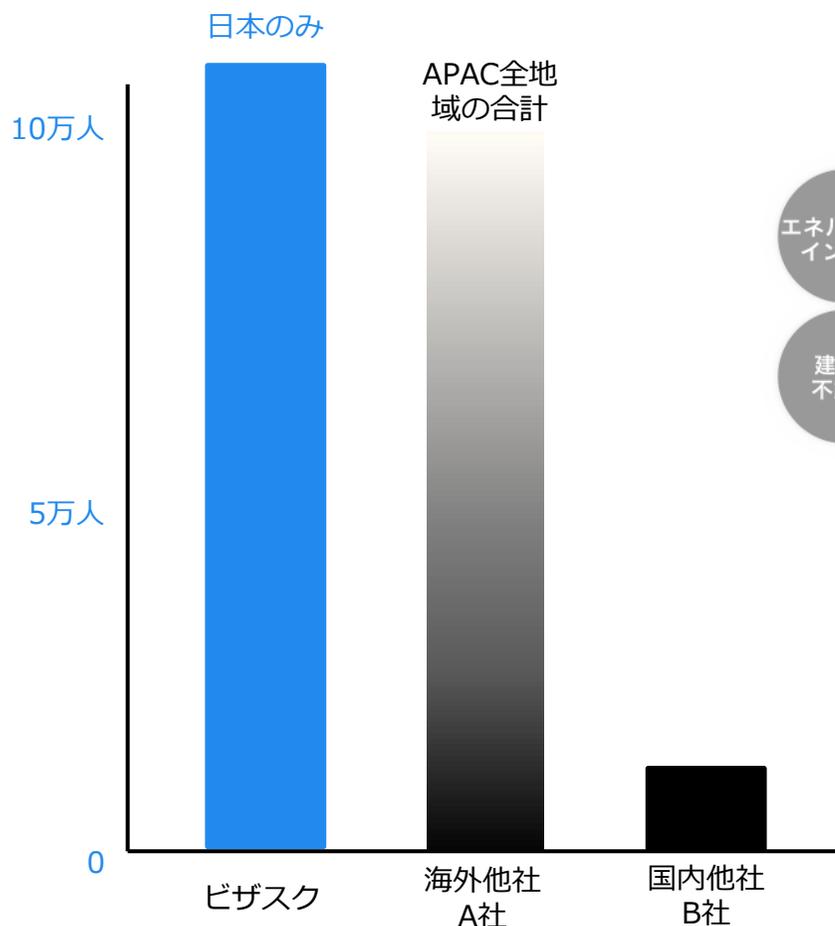


※ 2021年4月14日時点算出。各月末時点の退会者を除く。「国内登録者数」は、当社日本語webサイトにて登録をした人数の合計であります。国内登録者は、知見を提供する個人（アドバイザー）と、これを求める個人（ビザスクliteにおける依頼者。また、ビザスクliteを活用するための契約を締結した法人に所属し、当該契約に基づき登録された個人を含む。）に分かれております。いずれの登録者もアドバイザーとしてフルサポート形式「ビザスク」及びセルフマッチング形式「ビザスクlite」で活動することができ、また、依頼者として「ビザスクlite」を利用することができます。

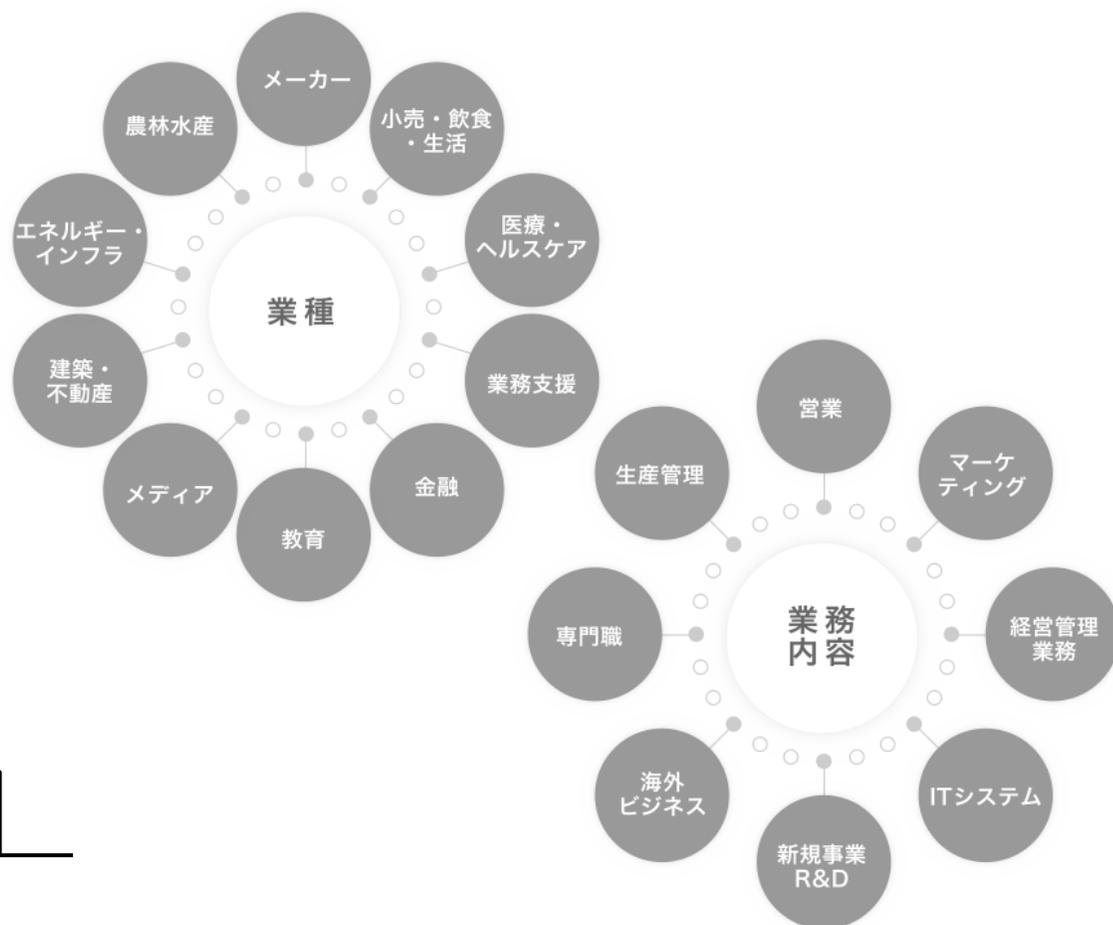
良質で充実したアドバイザー基盤

- 既存の専門家ネットワークと比較してもビザスクは登録者が多く、対象層は広い
ため幅広い業種・業務を網羅することが可能

登録者数



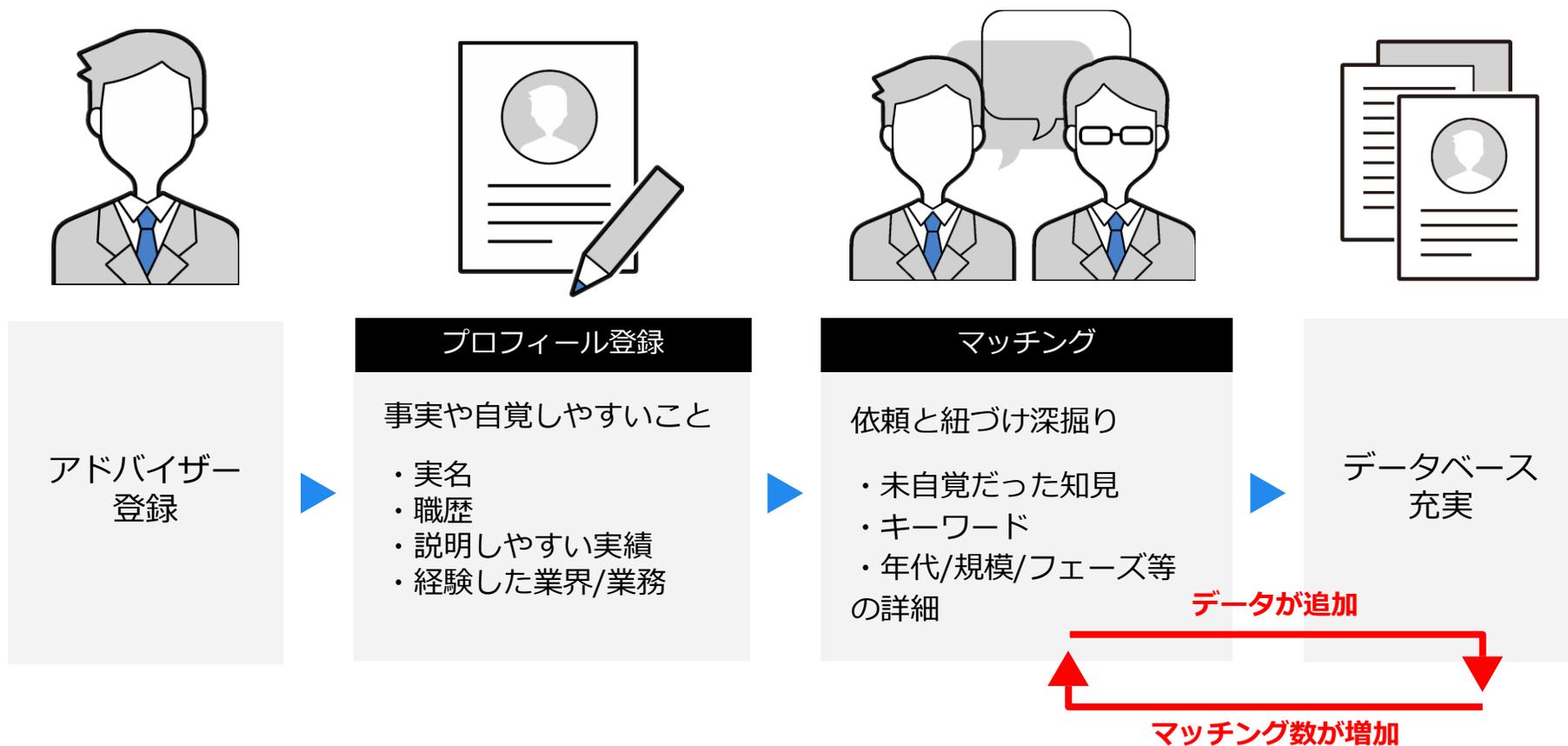
ビザスクのアドバイザーの経験領域



※ビザスクのデータは2021年4月14日時点

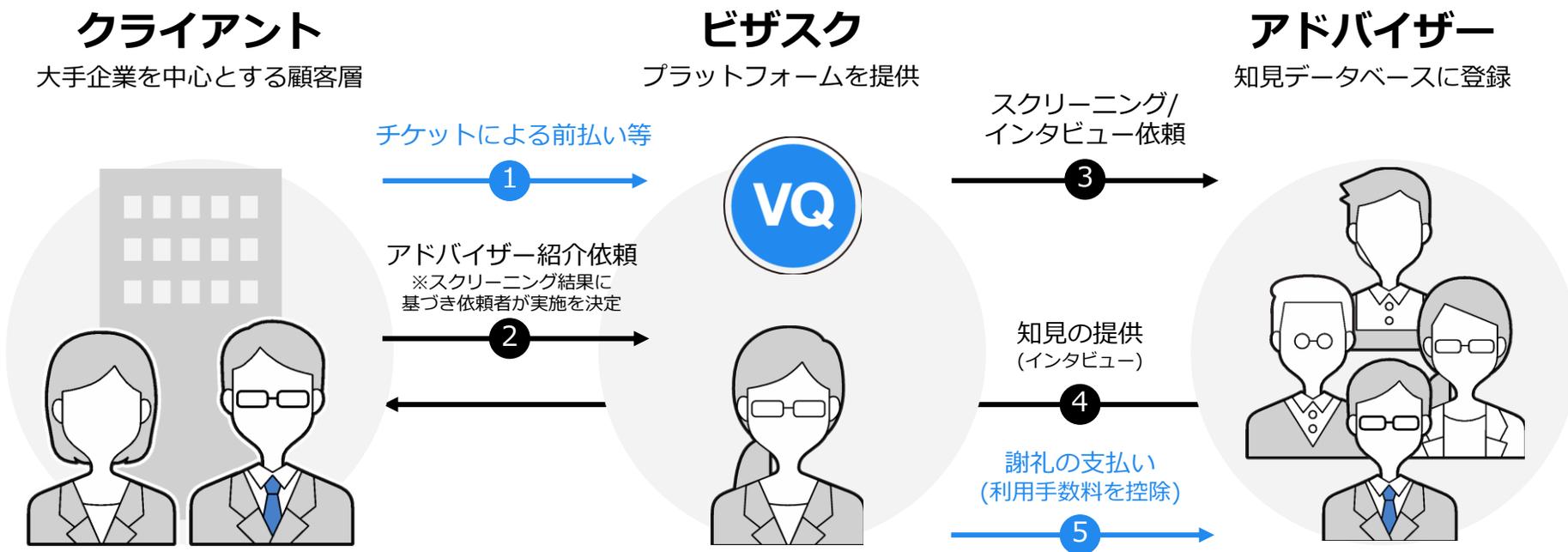
データベースの価値が向上するメカニズム

- アドバイザー数の増加 × マッチング数の増加 = データの量&質の向上
 - ・ プラットフォームの価値の向上「求める知見が迅速、的確に見つかる」
 - ・ さらなる依頼増につながる好循環のサイクル
- アドバイザーの知見のデータベース化が高い参入障壁につながる



コアサービスであるビザスクinterview

- ビザスクスタッフがマッチングをフルサポートする、ビザスクのコアサービス
 - ご依頼案件毎に、アドバイザーの候補者リストを作成
 - 事前にスクリーニングアンケートを実施、高精度なマッチングを実現
 - 実施日の日程調整までサポート

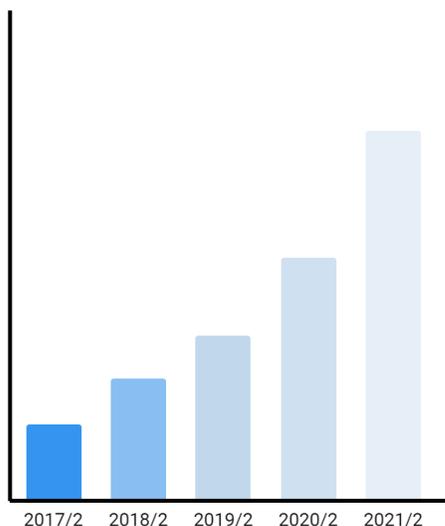


- サービスの流れ
- お金の流れ

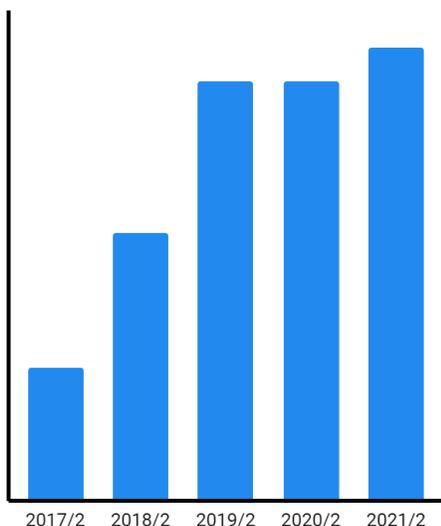
SaaSを超えるリカーリングレベニューモデル

- 既存顧客の積み上がりに加えて、新規顧客を每期獲得
- 利用の増加を促し、既存顧客を中心に1口座あたりの取扱高を成長
- 層となる顧客層が収益を増加させるリカーリングレベニューモデルを構築
(25ページを参照)

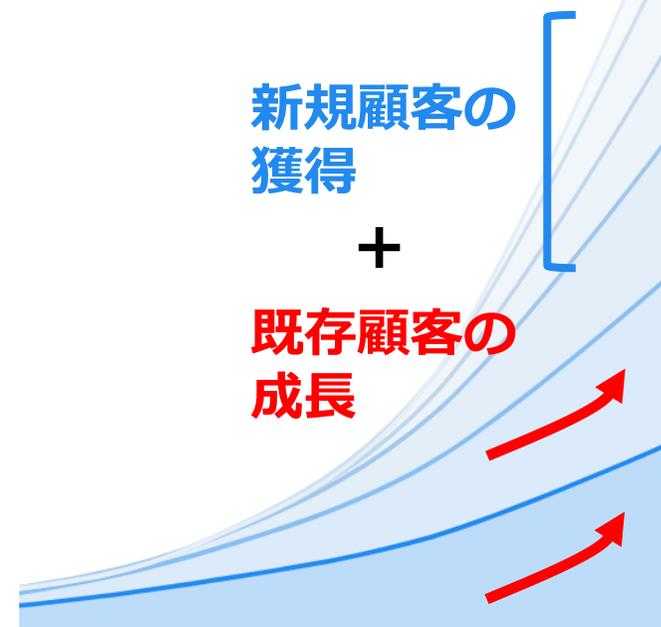
法人クライアント口座数の成長



1口座あたり取扱高の拡大

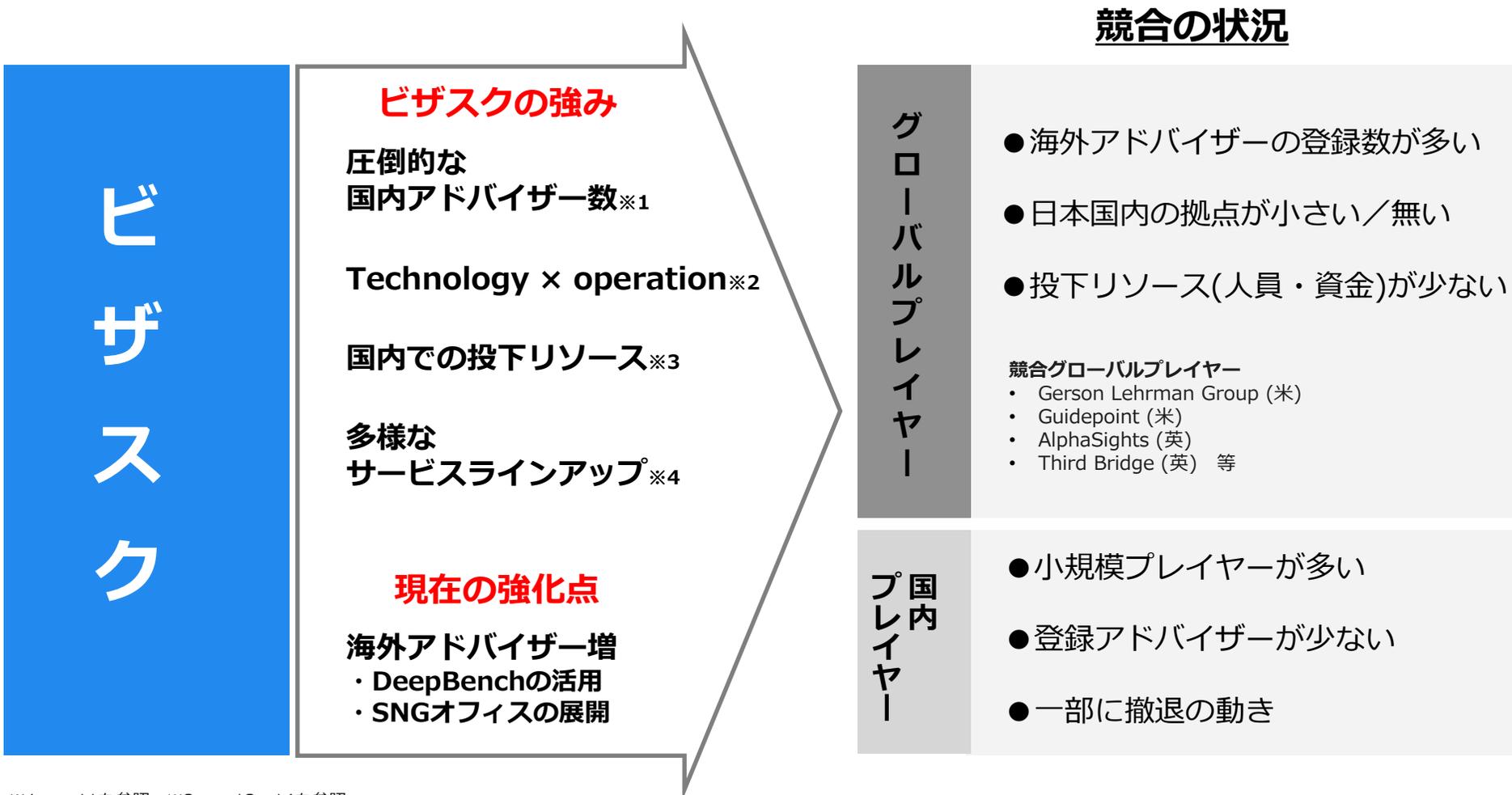


リカーリングレベニューモデルの構築



ビザスクinterviewにおける競合環境

- 国内において、先行者として強力な競合優位性を確立
- 海外成長を加速していく中で、グローバルプレイヤーにも対抗



※1: p.11を参照 ※2: p.13、14を参照
※3: p.27、37、38を参照 ※4: p. 8、9を参照

目次

1. 会社およびサービスの概要
2. 2021年2月期決算
3. 2022年2月期の方針と業績予想

2021年2月期における達成

- プラットフォームバリューの増大に伴い、業績が伸長

プラットフォームバリューの向上



※矢印内の%は前年比

業績の伸長



プロダクト数

6→7

社員数

109→151人

拠点数

1→2 拠点

業績ハイライト

- 4Q(12-2月)における取扱高は、前年同期比+76.5%を達成
- 通期では+63.9%の成長を達成。前々期より成長が加速

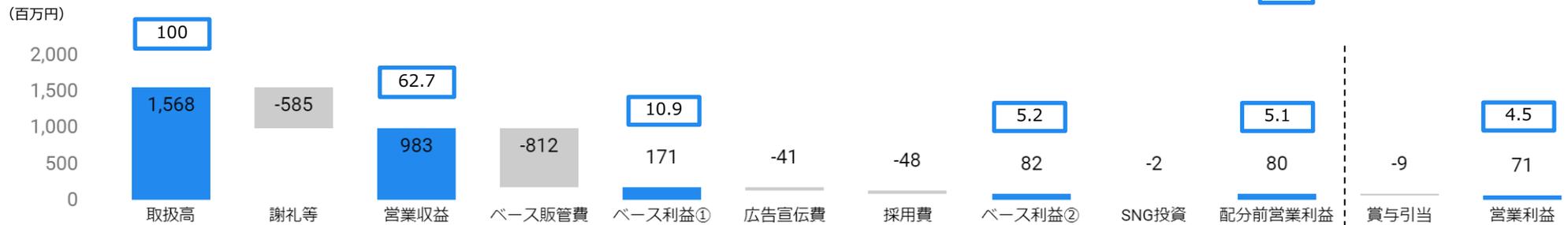
(百万円)	2021年2月期 第4四半期 (2020年12月 - 2021年2月)			2021年2月期 通期 (2020年3月 - 2021年2月)			当初通期業績予想 (7月15日発表)	
	当4Q	前年同期 (前4Q) (2019年12月 - 2020年2月)		通期 累計	前期 (2019年3月 - 2020年2月)		予想値	予想値に対する通期累計達成率
		実績	増減率		実績	増減率		
取扱高	789	447	+76.5%	2,570	1,568	+63.9%	2,250	114.3%
営業収益	477	286	+66.9%	1,604	983	+63.0%	1,400	114.6%
営業利益	75	9	+733.3%	208	71	+191.5%	55	379.0%
経常利益	74	△1	-	197	57	+244.5%	48	410.4%
当期純利益	74	△1	-	201	52	+282.0%	36	558.3%

21/2期業績の概要

- プロダクト別では、コアサービスと新プロダクト群の双方で取扱高が拡大 (p.21)
- 今後の成長に向けて、積極的な投資を加速 (p.27)
- 超過した利益の一部については、役職員へ成果として配分

20/2期

取扱高から見たマージン(%)



①取扱高の拡大
+1,002百万円

②積極的な投資の加速
+74百万円

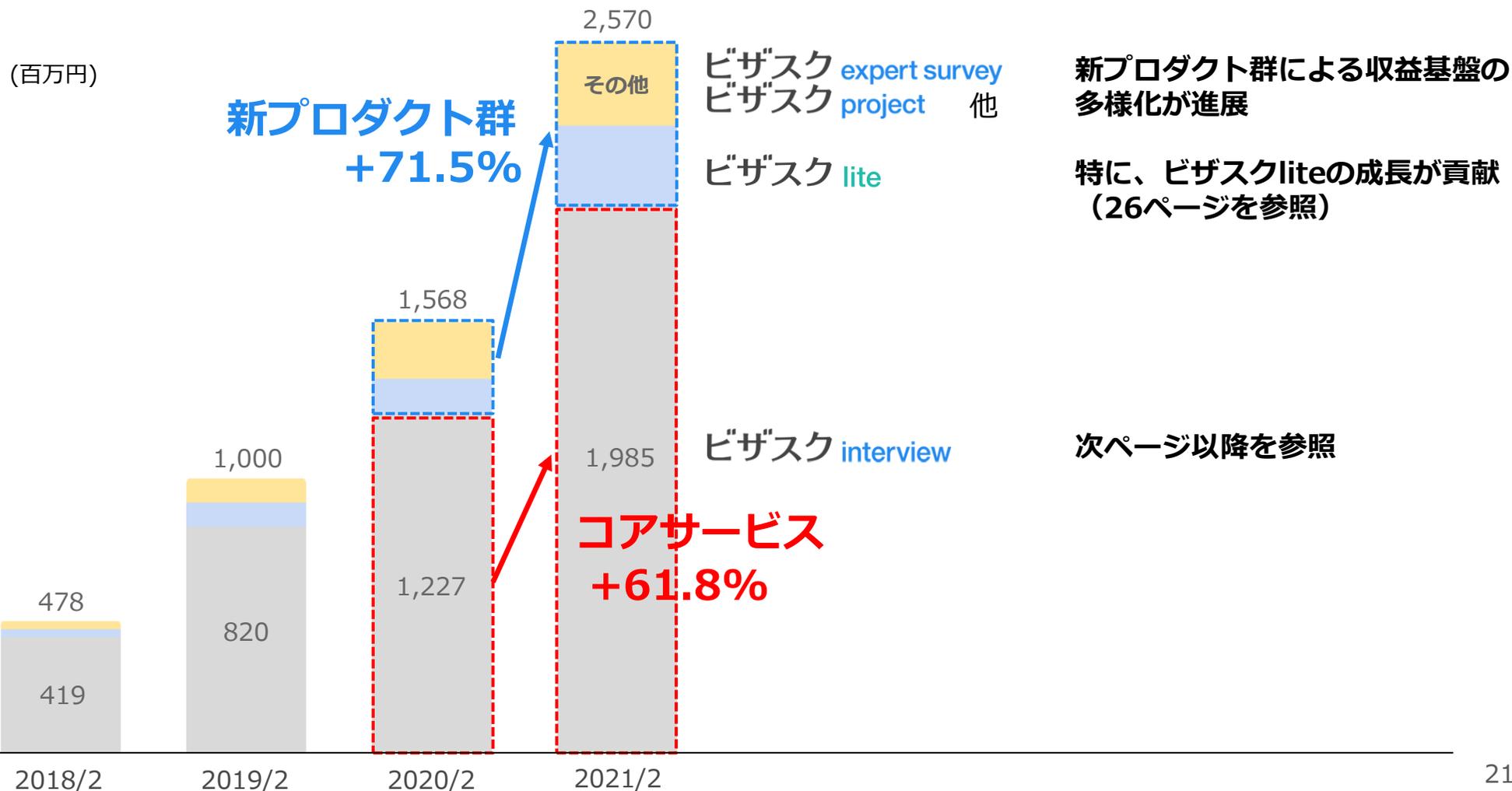
21/2期

積極的な投資分野



取扱高の拡大：収益源の多層化

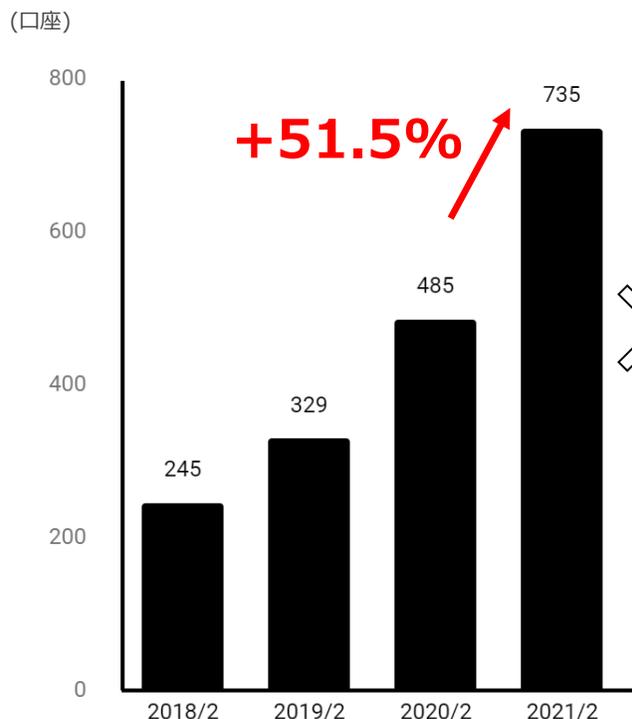
- コアサービスと新プロダクト群の双方が拡大
- 知見DBの活用が進み、新プロダクト群の業績への寄与が進む



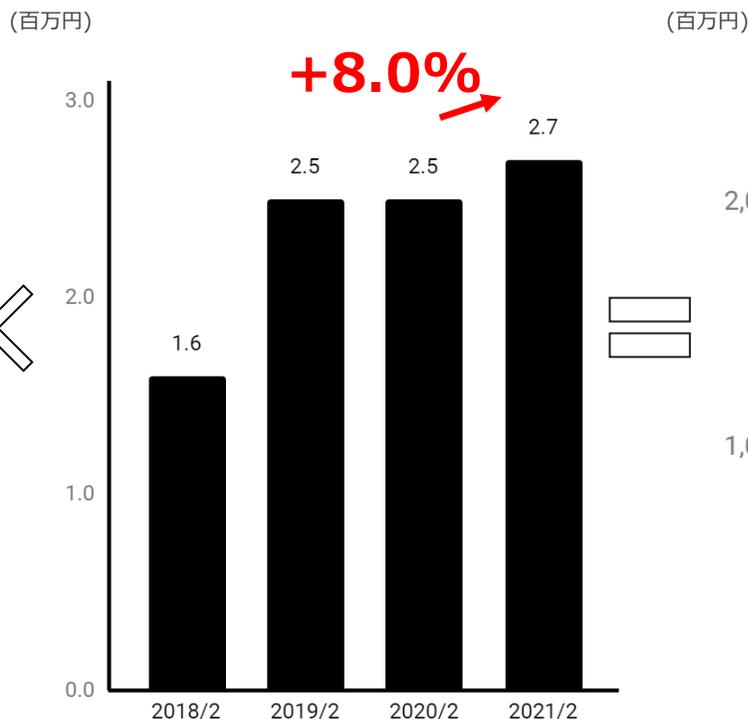
コアサービスであるビザスクinterviewの成長

- マーケティングの活発化により口座数の大幅な増加を達成
- 「1口座あたりビザスクinterview取扱高」は、既存顧客を中心に成長

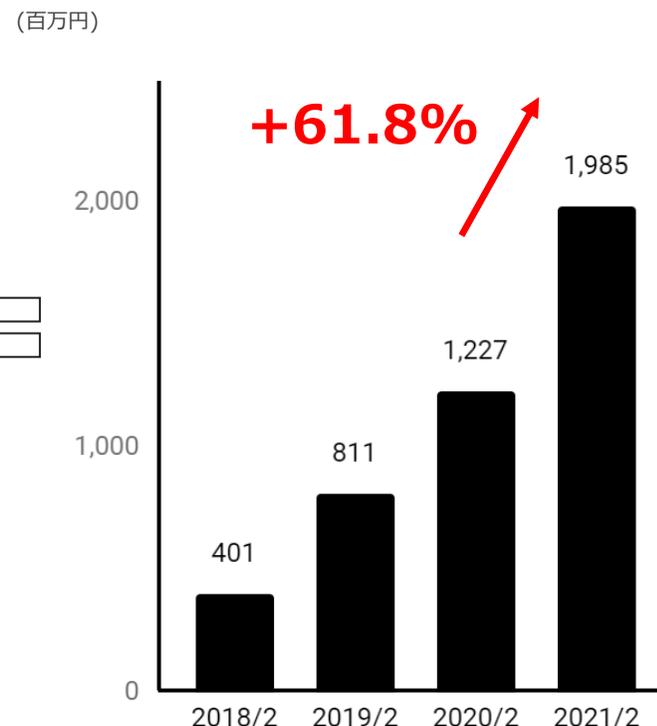
KPI①
法人クライアント口座数※1,2



KPI②
1口座あたり
ビザスクinterview取扱高※3



KPI①x②
主要プロダクトである
ビザスクinterview取扱高※4

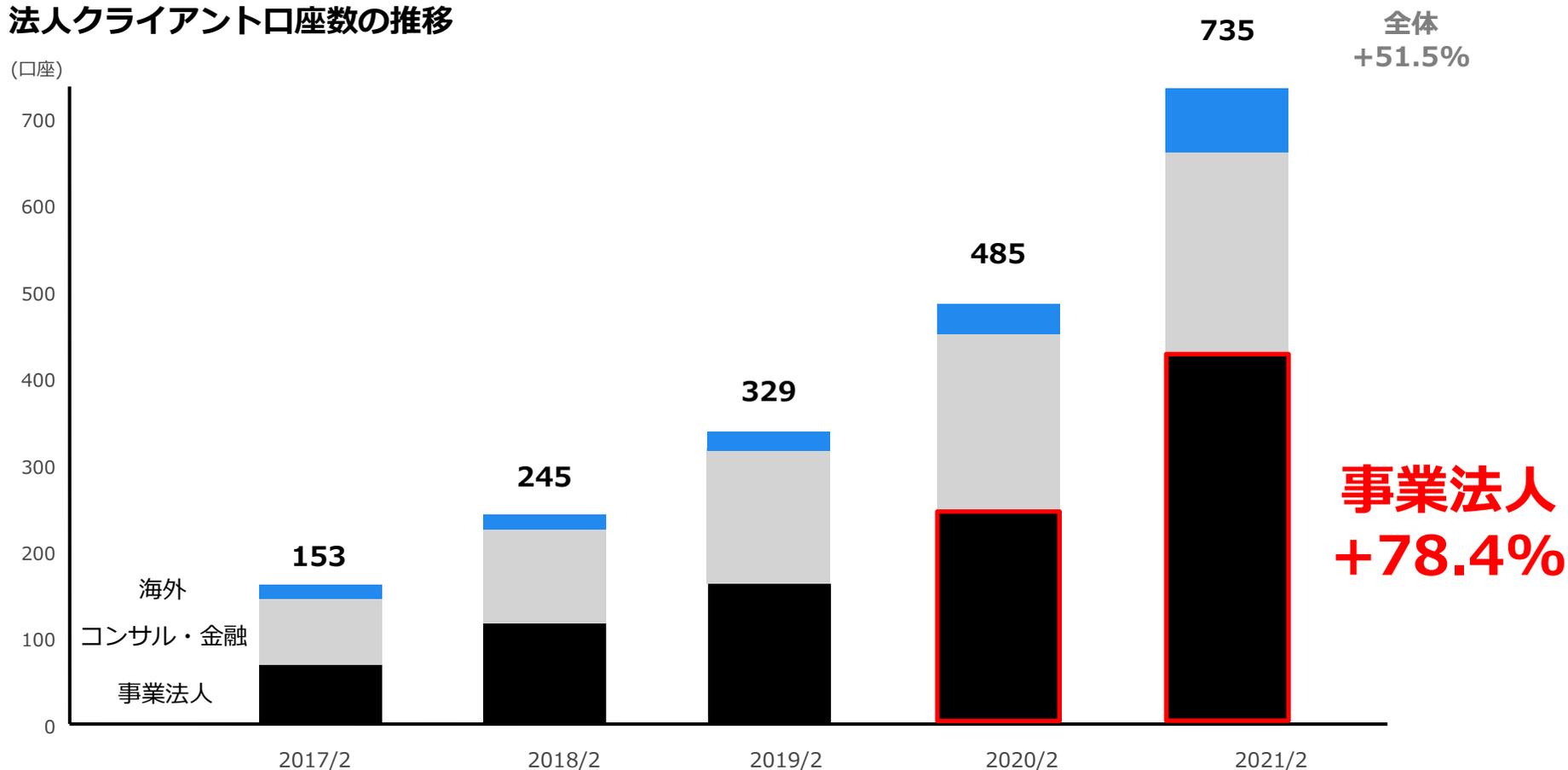


※ 1. 「法人クライアント」とは、法人契約を締結し、フルサポート形式「ビザスク」を活用する法人顧客をいい、「ビザスクlite」のみを活用する法人顧客は含まれません。
 ※ 2. 「法人クライアント口座数」とは、法人クライアントの中で、法人契約に基づき各集計時点から起算した過去1年間において「ビザスクinterview」を活用した法人クライアントの合計であります。同一法人において複数の部署が別途契約を締結した場合には、複数カウントとなっております。
 ※ 3. 「ビザスクinterview取扱高」は、取扱高のうち「ビザスクinterview」によるものをいい、各期末時点を起算日として過去12か月間を対象に集計したものです。

KPI① 法人クライアント口座数の拡大

- 事業法人、コンサル・金融法人、海外クライアントと、幅広い顧客基盤で成長
- 21/2期は、特に事業法人の口座数を大幅加速

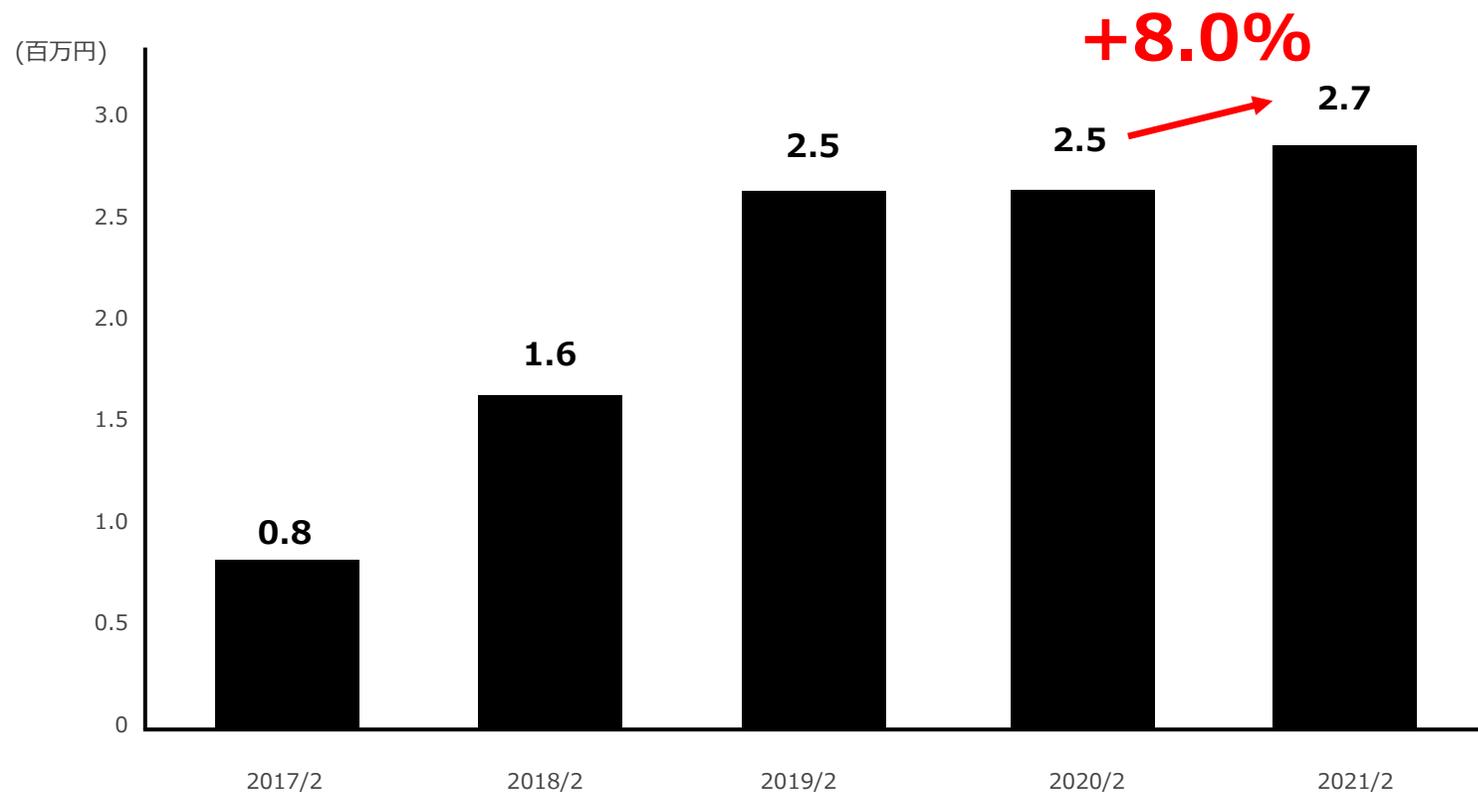
法人クライアント口座数の推移



KPI② 1口座あたりビザスクinterview取扱高

- 顧客における利用頻度の上昇により増加
- 事業法人の新規顧客が増加したものの、1口座あたりinterview取扱高は成長

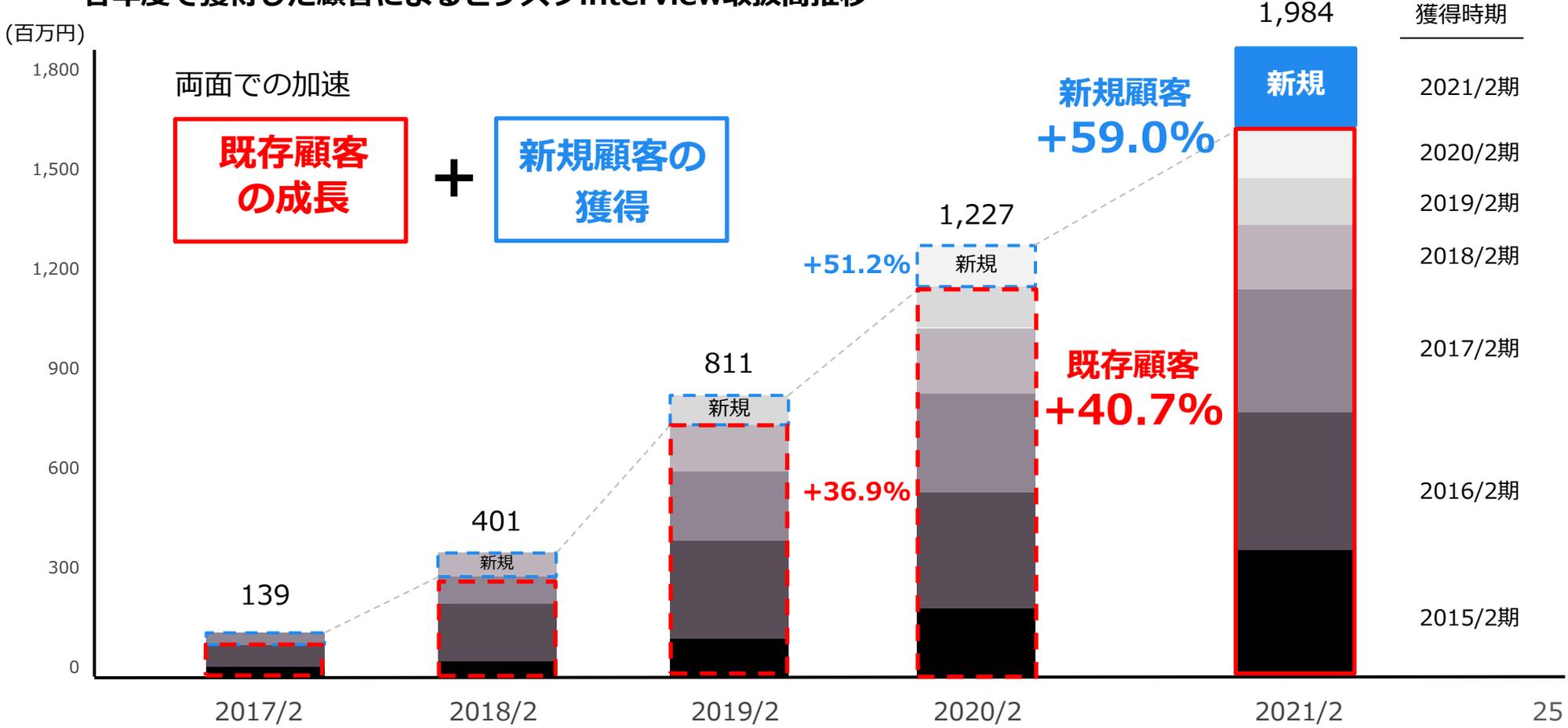
1口座あたりビザスクinterview取扱高



KPI ①x② ビザスクinterview取扱高

- サービス利用増を実現し、既存顧客の成長率を加速
- 每期積みあがる新規顧客が来年度以降の成長に直結。21/2期は新規も大幅増を達成
- リカーリングレベニューモデルを着実に構築

各年度で獲得した顧客によるビザスクinterview取扱高推移



新プロダクト群の成長：ビザスクlite

- 新プロダクト群において、特に大きな成長を達成
- Web上のプラットフォームにおいて、クライアントとアドバイザーが自らマッチング

テイクレート

60%強

大企業
中堅企業
プロフェッショナルファーム

中小企業

スタートアップ
個人

30%

ビザスク（フルサポート）

- 大企業、プロフェッショナルファーム中心
- マッチングに当社人員が介在

顧客層が異なり、カニバリは限定的

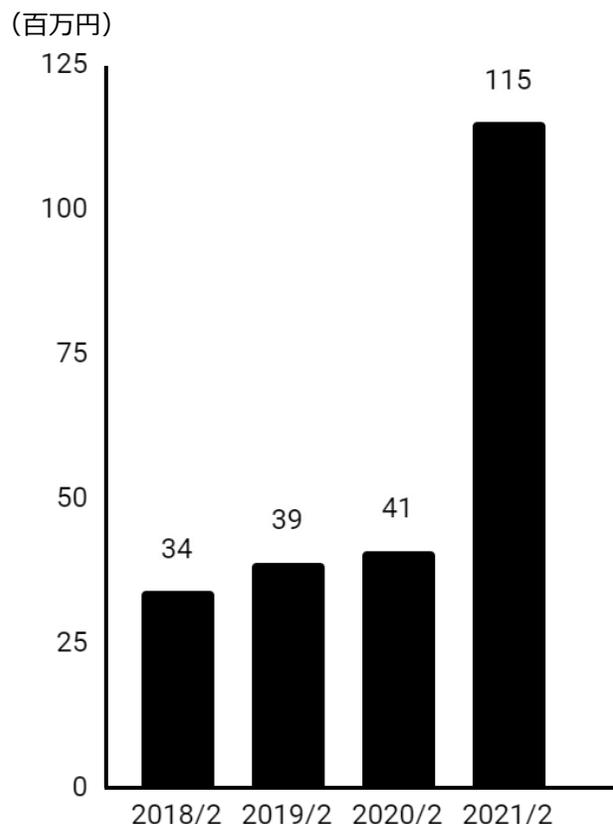
ビザスクlite（セルフマッチング）

- 中小企業、スタートアップ個人
- マッチングは、クライアントとアドバイザーがweb上で自ら行う

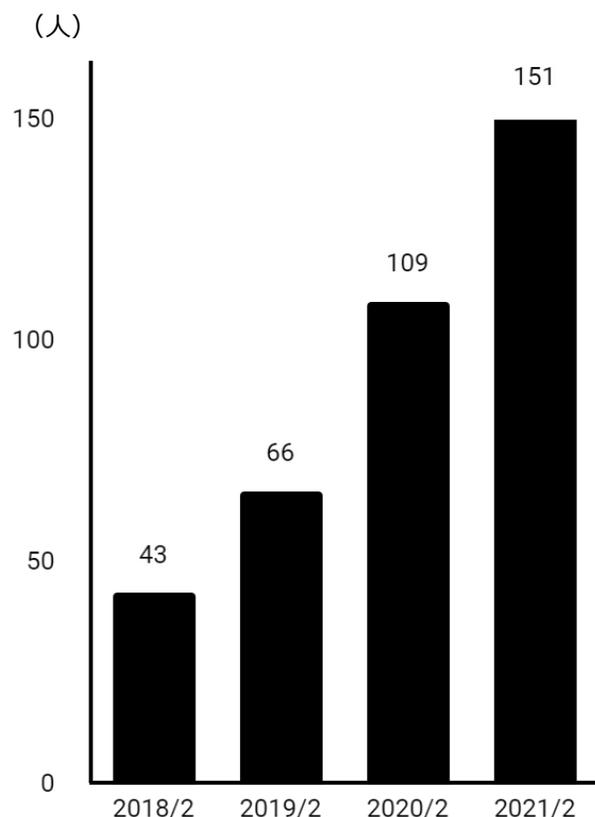
好調な業績を背景とした投資実績

- 顧客獲得の投資対効果が想定を上回るため、広告宣伝費を追加投入
 - 2月にクライアント向け大規模オンラインイベントを実施
- 採用を積極的に進め、成長に対応
- シンガポールにおける損失は限定的。成長に向けたバランスの取れた投資を実施

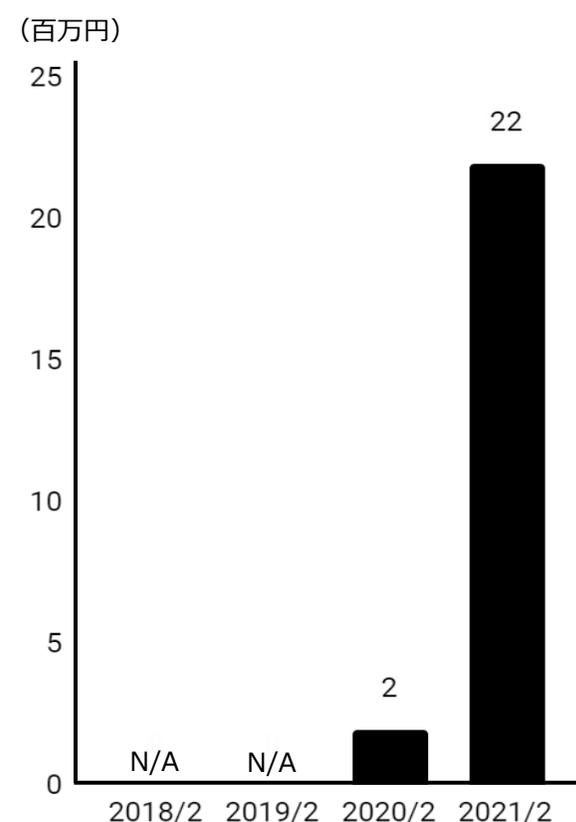
広告宣伝費



期末役員数(※一時費用として採用費に影響)



シンガポールへの投資※



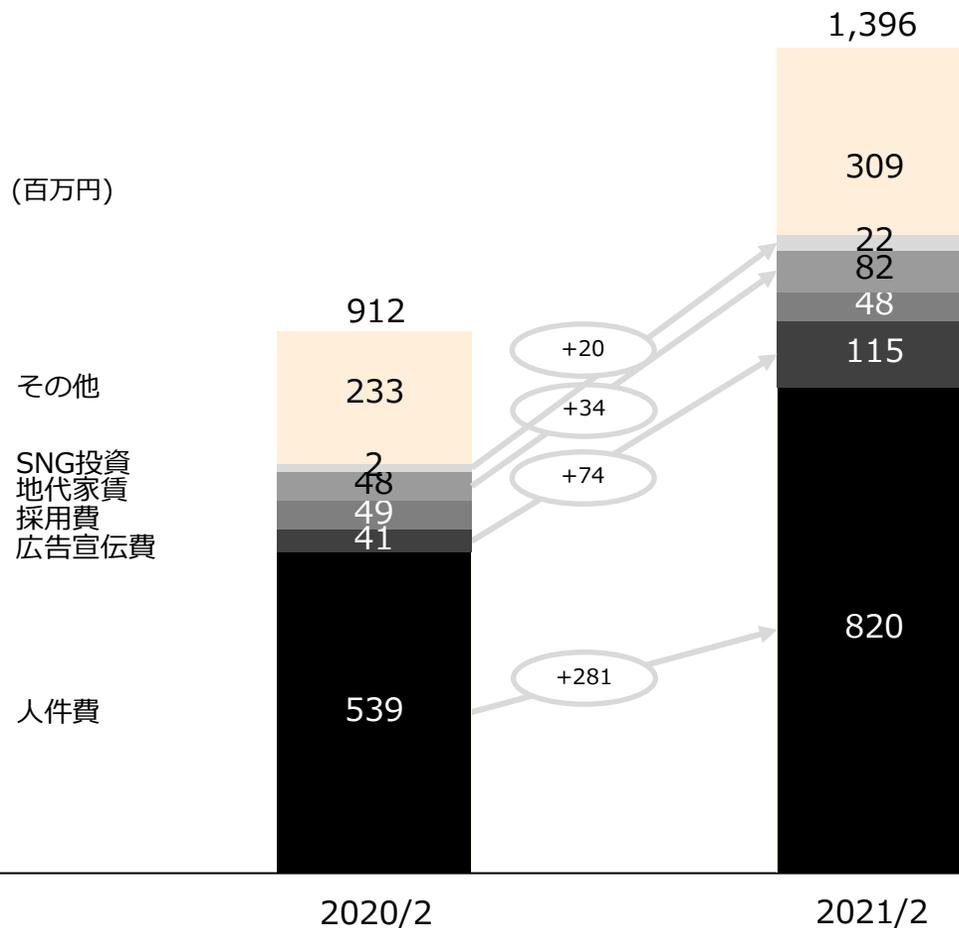
※「シンガポール投資」：管理会計上のシンガポール法人による営業収益の貢献分から、同法人の経費を控除した額

販管費（=営業費用）の推移

- 21/2期は、人件費として、成果配分に対する賞与引当6,000万円を計上
- 販管費は増加するも、成果配分後においても販管費率は低下

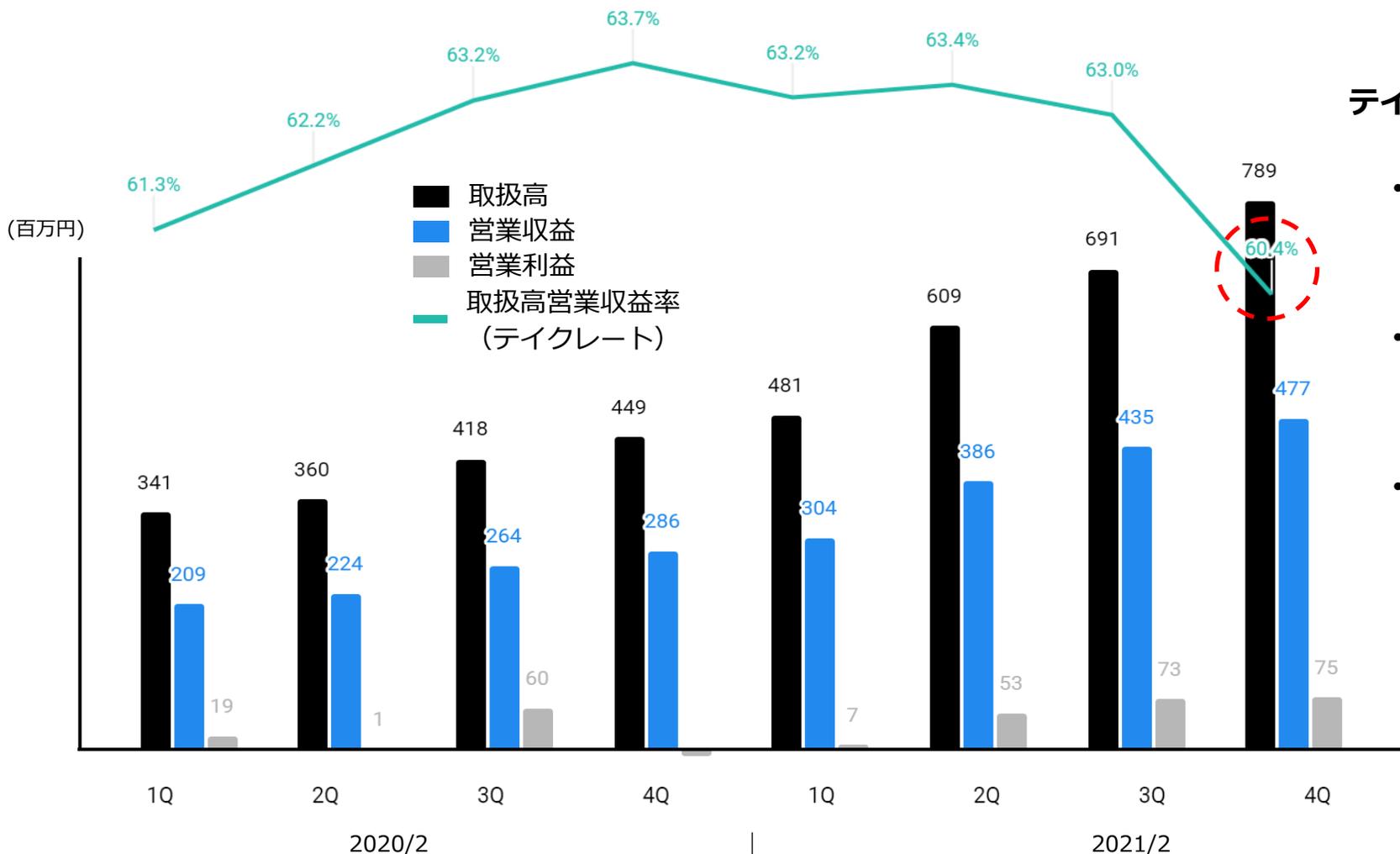
営業収益販管費率	92.7%		87.0%
取扱高販管費率	58.2%		54.3%

過去の推移については
39ページを参照



(参考) 四半期業績の推移

- 取扱高の成長が継続し、収益力が着実に向上
- 販促キャンペーンとプロダクトミックスにより、4Qのテイクレートの低下



テイクレート低下の要因

- コアサービスのテイクレートは安定して推移
- 新プロダクトの拡販キャンペーンを実施
- ビザスクliteの拡大によるプロダクトミックス

※ターゲット層が異なり、コアサービスとのカニバリは小さい

貸借対照表

- 2020年3月にIPOによる公募増資693百万円を実施
- 事業面において、バランスシートには大きな構造的変化は無し

(百万円)	2020/2	2021/2	増減			2020/2	2021/2	増減
流動資産	559	1,799	+1,240		流動負債	358	758	+400
現金及び預金	321	1,357	+1,036		買掛金	68	118	+50
売掛金	202	411	+209		有利子負債	11	0	△11
その他	36	29	△7		前受金	140	333	+193
					その他	139	307	+168
固定資産	88	169	+81		固定負債	190	190	±0
					有利子負債	190	190	±0
					純資産	99	1,020	+921
資産合計	648	1,969	+1,321		負債・純資産合計	648	1,969	+1,321

目次

1. 会社およびサービスの概要
2. 2021年2月期決算
3. 2022年2月期の方針と業績予想

2022年2月期 通期業績予想

- 取扱高は、40%以上の成長を想定
- 積極的投資を見込むため、営業利益は横ばい程度を想定

	2021年2月期 通期 (2020年3月－ 2021年2月)
(百万円)	2021年2月期
取扱高	2,570
営業収益	1,604
営業利益	208
経常利益	197
当期純利益	201

2022年2月期 通期業績予想 (2021年3月－2022年2月)	
予想値	増減率
3,700	+43.9%
2,180	+35.9%
230	+10.3%
220	+11.5%
150	△25.7% ※

※繰越欠損金の全額が2022年2月期に充当される見込みであるため、繰延税金資産の計上額が減少することで減益となる見込み

事業領域の拡大に向けた今期の方針

- 事業領域の拡大 (p.10) を目指し、今期の方針を策定
- 21/2期の積極的投資を、取扱高の高成長によって回収
- 投資対効果が見込まれる限りにおいて、22/2期も積極的な投資を継続

将来像

今期の主な取り組み

事業領域の拡大 (p.10)	総合 ソリューション への展開	ビザスクinterview の成長持続	<ul style="list-style-type: none"> ● 安定収益源でありつつ、成長を持続 ● 事業法人への積極的な拡大施策を継続
		新プロダクト群 の拡大	<ul style="list-style-type: none"> ● 知見データベースを活用し、新プロダクト群を推進 ● 将来の成長の種まきとして、収益源を多層化
	海外展開	海外事業 の収益化と加速	<ul style="list-style-type: none"> ● シンガポール法人を中心とした海外事業の加速 ● 他地域への展開を構想、準備
将来像実現 のための投資		マーケティング投資	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業法人獲得に向けたマーケティングの拡大
		人材の獲得	<ul style="list-style-type: none"> ● 積極的な採用計画と生産性向上の両立

クライアント属性別の主な施策

- 新規の法人クライアント口座数増加のため、広告宣伝費を積極的に投入
- 既存顧客については、1口座あたり取扱高の拡大を狙う

事業法人

- 新規顧客獲得のため、広告宣伝費を積極的に投下予定

コンサル & 金融法人

- 既存顧客内での利用促進と他部署への横展開
- ヘッジファンド、証券会社、地銀などへの営業強化

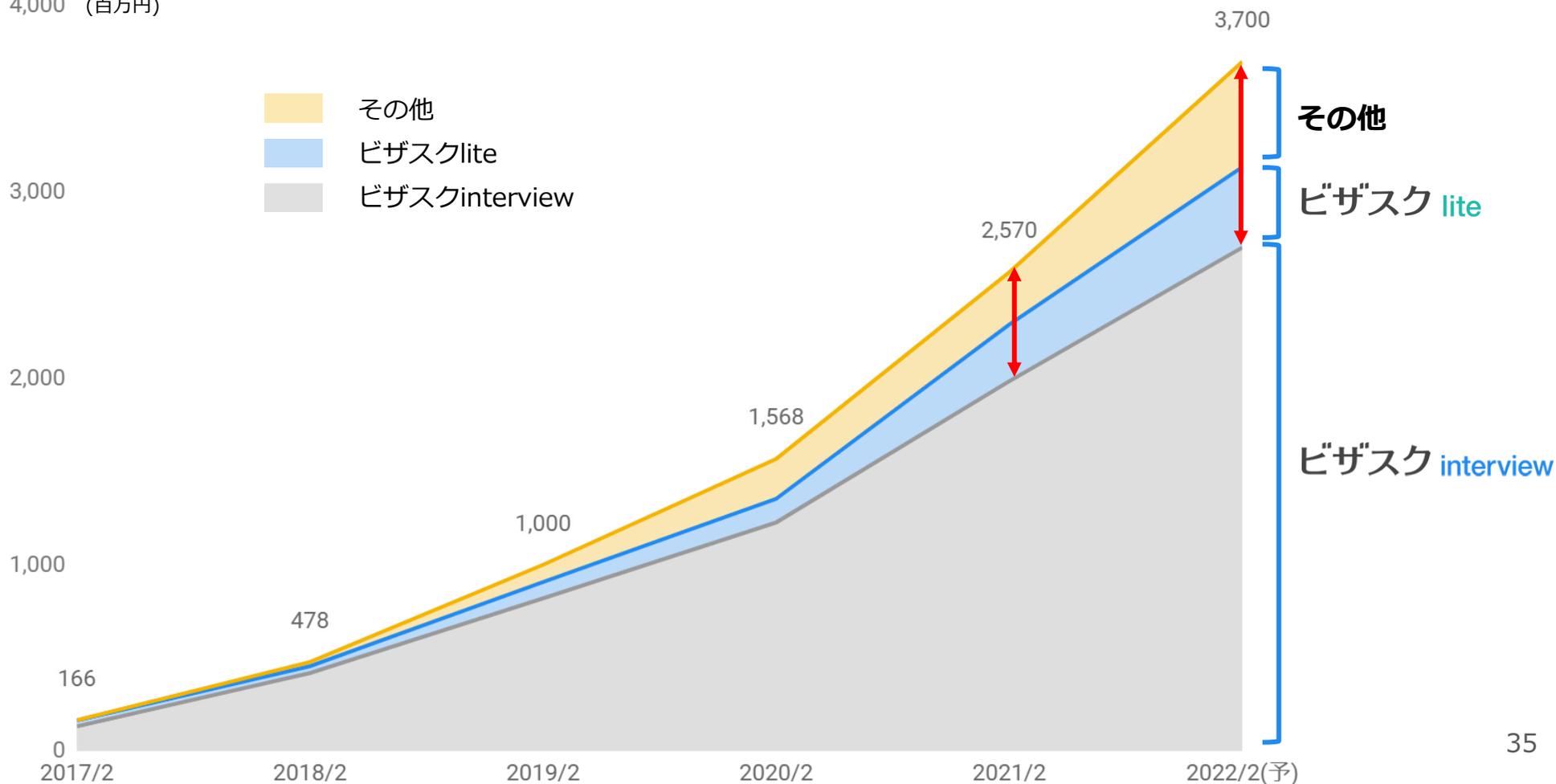
海外クライアント

- シンガポール法人における新規顧客の獲得
- 日本人アドバイザーの紹介を当社のコアバリューとして展開

今期の取り組み① 総合ナレッジプラットフォームへの成長

- コアサービスである「ビザスクinterview」は、着実に成長
- 知見DBを活かし、新プロダクト群による寄与が拡大
- liteはテイクレートを低いが、他サービスとのカニバリはない

4,000 (百万円)



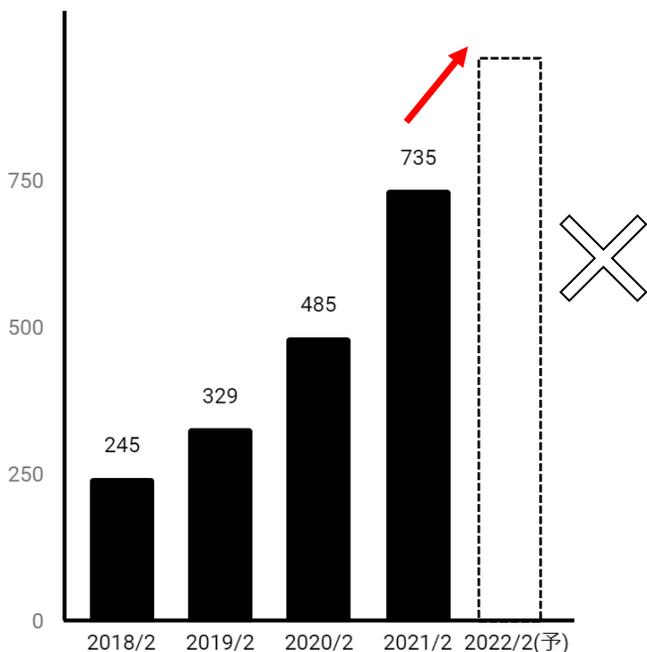
今期の取り組み①-2 ビザスクinterviewの成長

- 積極的なマーケティングにより口座数の大幅な増加を見込む
- 「1口座あたりビザスクinterview取扱高」は、利用促進により維持または増加

KPI①

法人クライアント口座数※1,2

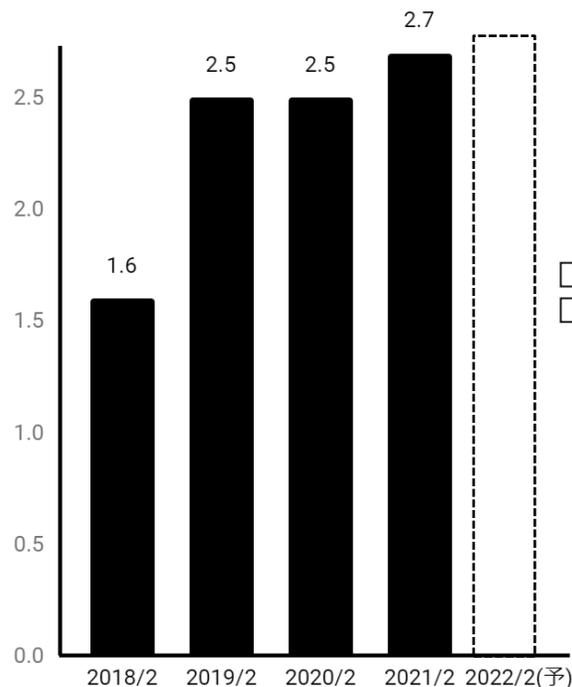
(口座)



KPI②

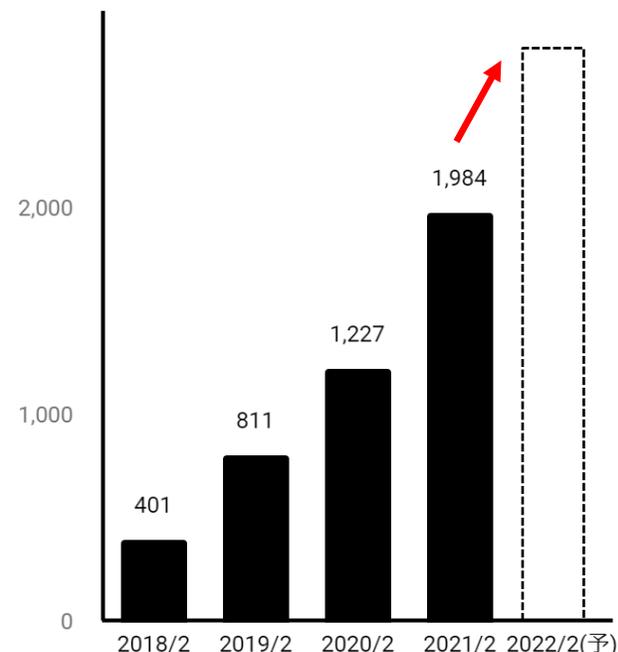
1口座あたり
ビザスクinterview取扱高※3

(百万円)



主要プロダクトである
ビザスクinterview取扱高※4

(百万円)



※ 1. 「法人クライアント」とは、法人契約を締結し、フルサポート形式「ビザスク」を活用する法人顧客をいい、「ビザスクlite」のみを活用する法人顧客は含まれません。
 ※ 2. 「法人クライアント口座数」とは、法人クライアントの中で、法人契約に基づき各集計時点から起算した過去1年間において「ビザスクinterview」を活用した法人クライアントの合計であります。同一法人において複数の部署が別途契約を締結した場合には、複数カウントとなっております。
 ※ 3. 「ビザスクinterview取扱高」は、取扱高のうち「ビザスクinterview」によるものをいい、各期末時点を起算日として過去12か月間を対象に集計したものです。

今期の取り組み② 法人クライアント口座数増加への投資

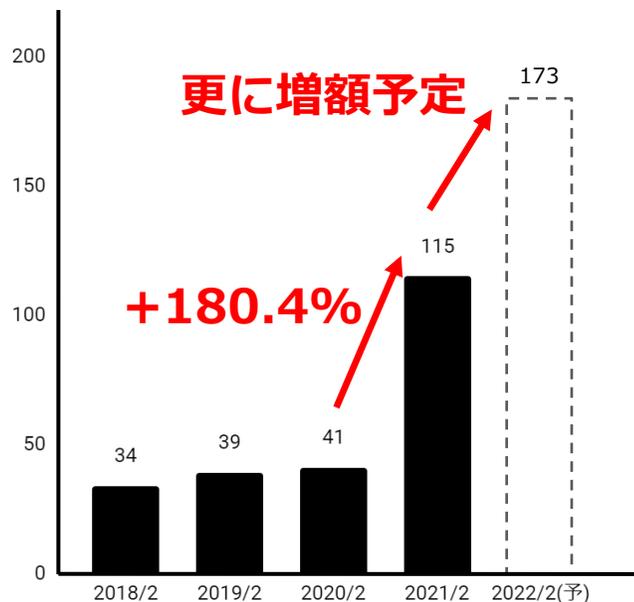
- サービスの認知度が進み、広告宣伝費の増加とCPAの低減を同時に達成
- 効率性が向上しているため、22/2期も積極的に広告宣伝費を投入

マーケティング活動のフロー（例）

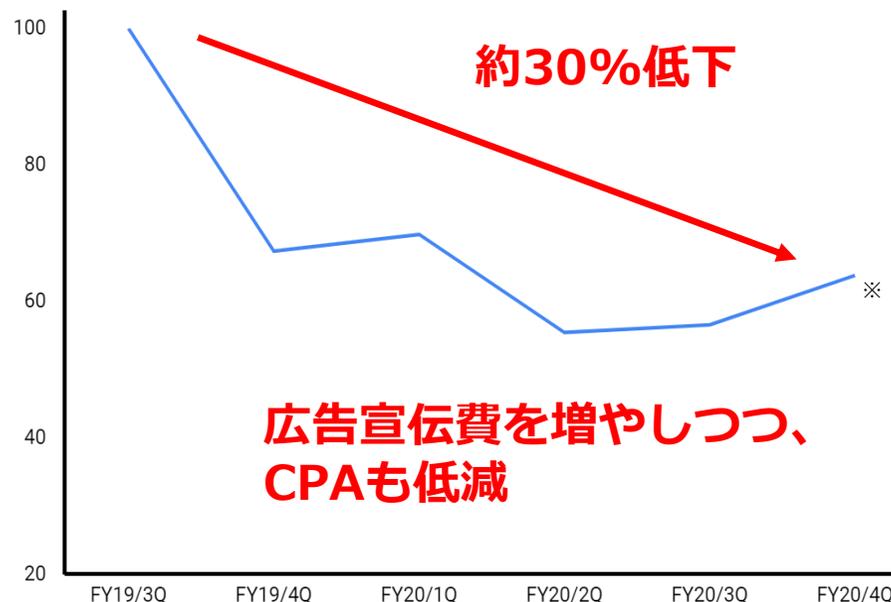


広告宣伝費

(百万円)



CPA※



※CPA=1契約あたりにかかる費用

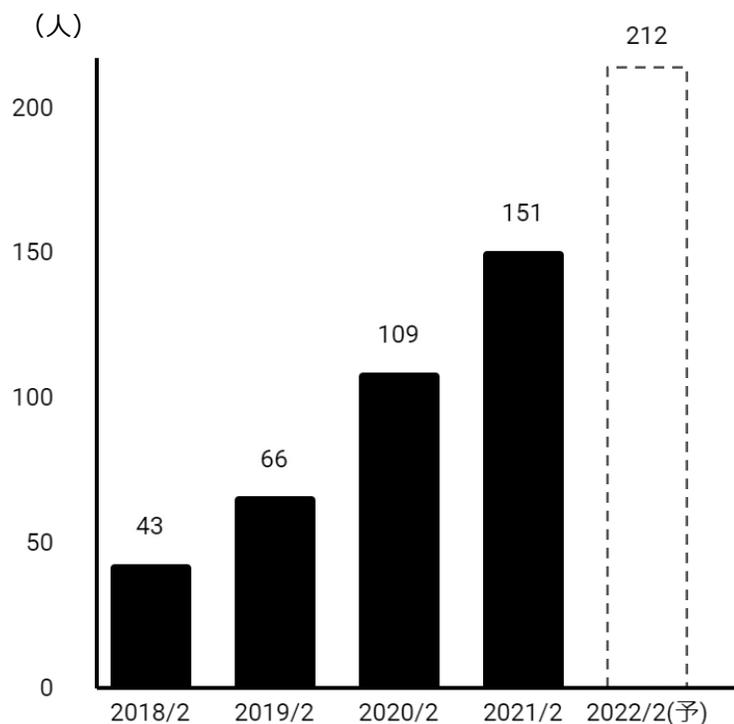
※FY19/3Qを100として指数計算した数値でグラフを作成

※2021年2月にカンファレンスを実施したため、FY20/4Qの数字は増加

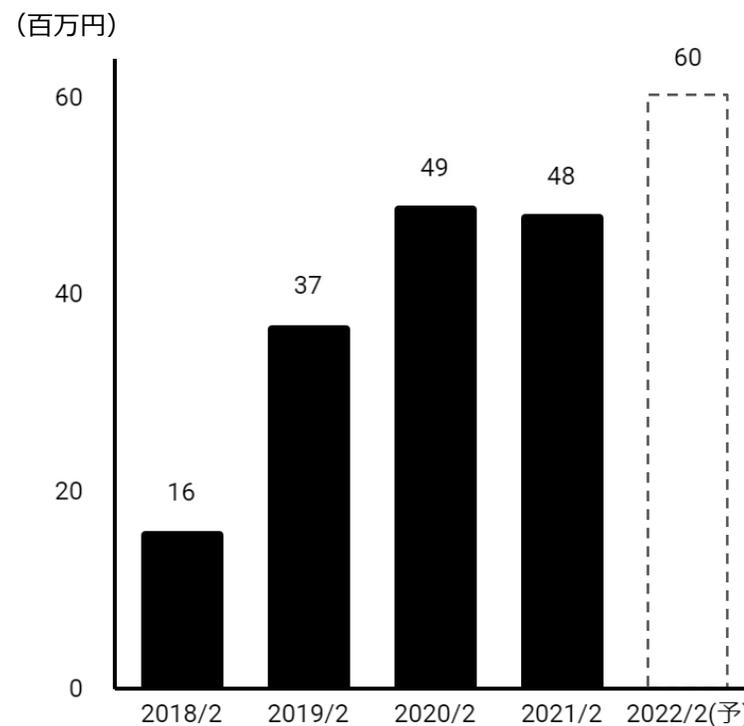
今期の取り組み②-2 人材への投資

- 好調な業績を背景に、積極的な採用を継続
- 来期以降の成長も見据える

期末役職員数

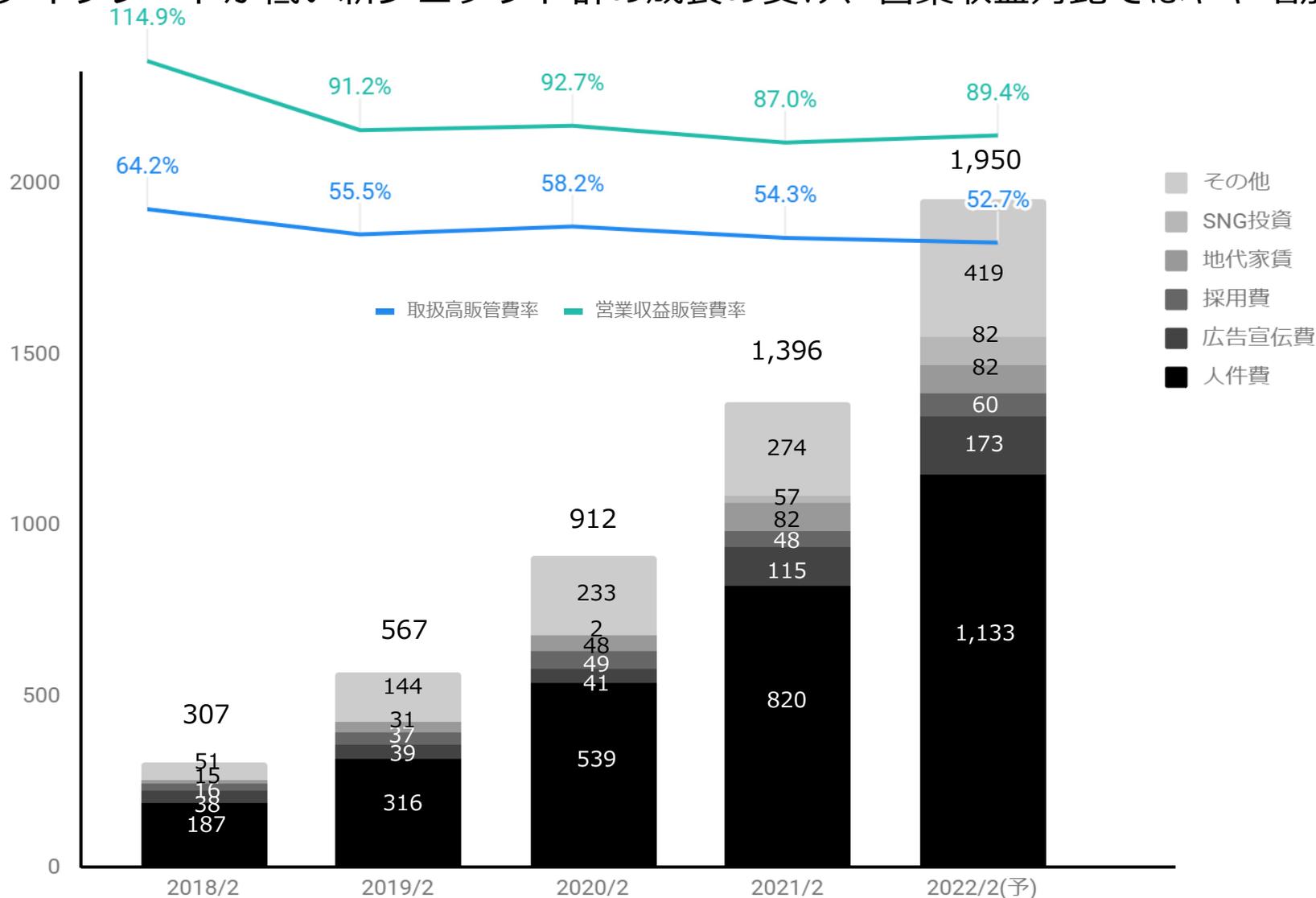


採用費



営業費用（=販管費）の推移

- 取扱高比での営業費用率は低下が継続し、オペレーション効率の改善は継続
- テイクレートが低い新プロダクト群の成長の受け、営業収益対比ではやや増加

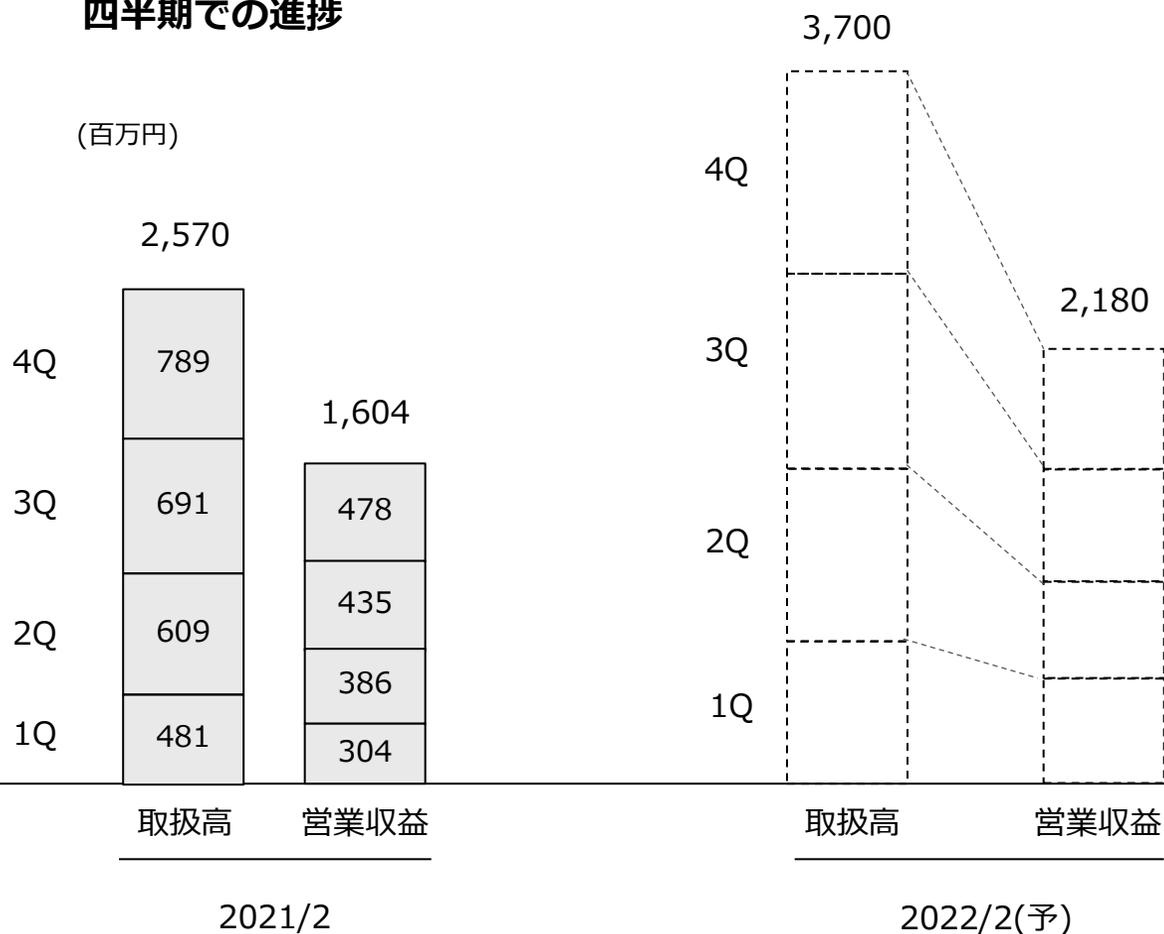


(参考) 四半期進捗予想

- 毎四半期ごとに成長を継続
- そのため、期間の経過とともに、進捗率が高くなる計画

四半期での進捗

(百万円)



ディスクレーマー

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。これらの記述は、当該記述を作成した時点における情報に基づいて作成されたものにすぎません。さらに、こうした記述は、将来の結果を保証するものではなく、リスクや不確実性を内包するものです。実際の結果は環境の変化などにより、将来の見通しと大きく異なる可能性があることにご留意ください。

上記の実際の結果に影響を与える要因としては、国内外の経済情勢や当社の関連する業界動向等が含まれますが、これらに限られるものではありません。

また、本資料に含まれる当社以外に関する情報は、公開情報等から引用したものであり、かかる情報の正確性、適切性等について当社は何らの検証も行っておらず、またこれを保証するものではありません。

お問い合わせ先：IR（email: ir@visasq.com）

本資料において開示を行っている経営指標の進捗状況については、四半期決算発表における補足説明資料において開示することを予定しております。また、当該資料の進捗状況を含む最新の内容については、通期決算発表で開示することを予定しております。

Appendix

(参考)事業のリスクと対応

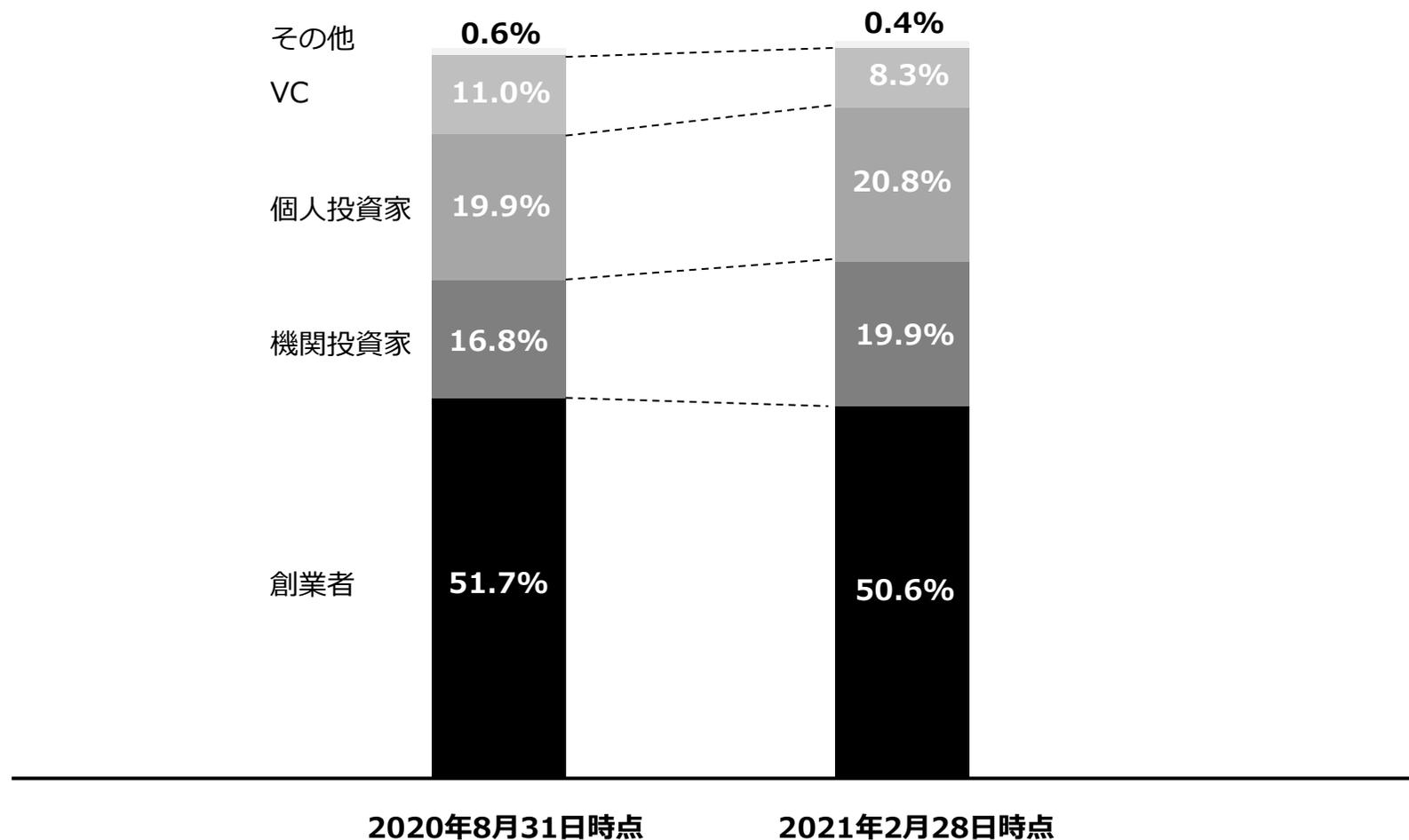
主な事業リスク

	発生可能性 発生時期	成長の実現や事業計画 の遂行に与える影響	リスクの内容と当社の対応策
競合	中 常時	<ul style="list-style-type: none"> シェアの低下 受注単価の下落 	同種のビジネスを主に海外で展開する海外企業や、比較的小規模な国内企業等と競合が生じております。当社は、約14万人が登録する知見データベースを有し、それに基づく様々なサービスの提供を行っている点において独自性を見出しております。日本で同種のビジネスを展開している海外企業には、文化・価値観・言語の違い等により、日本人アドバイザーの知見のデータベース化は難易度が高いものと考えております。
サービスの 安全性・健全性	小 常時	<ul style="list-style-type: none"> クライアントの減少 アドバイザーの離反 	アドバイザーが意図せず、守秘義務に服している情報を顧客に提供してしまう可能性があります。そのため、当社では、フルサポート形式においてはマッチングの専属チームを配置しており、依頼内容において不適切と思われる事項があれば確認することにしております。また、Bizask liteにおいては、キーワードの自動検出を含め、依頼内容の確認を実施しております。また、アドバイザーへの定期的なトレーニングを行うことで注意喚起を行うとともに、守秘義務の遵守に留意するように申し添えております。
特定の取引先への集中	小 低下中	<ul style="list-style-type: none"> 取扱高の減少 	当社の販売実績に占める割合が全体の10%を超える取引先が1社ございますが、同社との取引関係は良好かつ安定的に推移しております。また、その他の顧客への販売も増加をしており、同社への販売比率は低下が進んでおります。
海外展開・M&A	中 随時	<ul style="list-style-type: none"> 海外展開の縮小 M&Aの停滞 	当社はこれまで国内を中心に事業展開をしておりましたが、2020年4月にはシンガポールに現地法人を設置するなど海外展開をすすめております。また、今後の事業拡大を目的として、M&Aについては事業展開の選択肢の一つとして考えております。これらに伴い、国内における自社のみでの事業展開とは異なるリスクが発生する可能性があります。リスクを最小限にすべく十分な対策を講じたうえで事業展開を進めていく方針です。

投資者の判断にとって特に重要であると当社が考える事項について、積極的な情報開示の観点から記載しているものです。本項の記載内容は当社株式の投資に関する全てのリスクを網羅しているものではありません。当社は、これらのリスクの発生可能性を認識したうえで、発生の回避および発生した場合の迅速な対応に努める方針です。本項の記載内容以外のリスクについては、本資料のほか有価証券報告書「事業等のリスク」をあわせて参照してください。

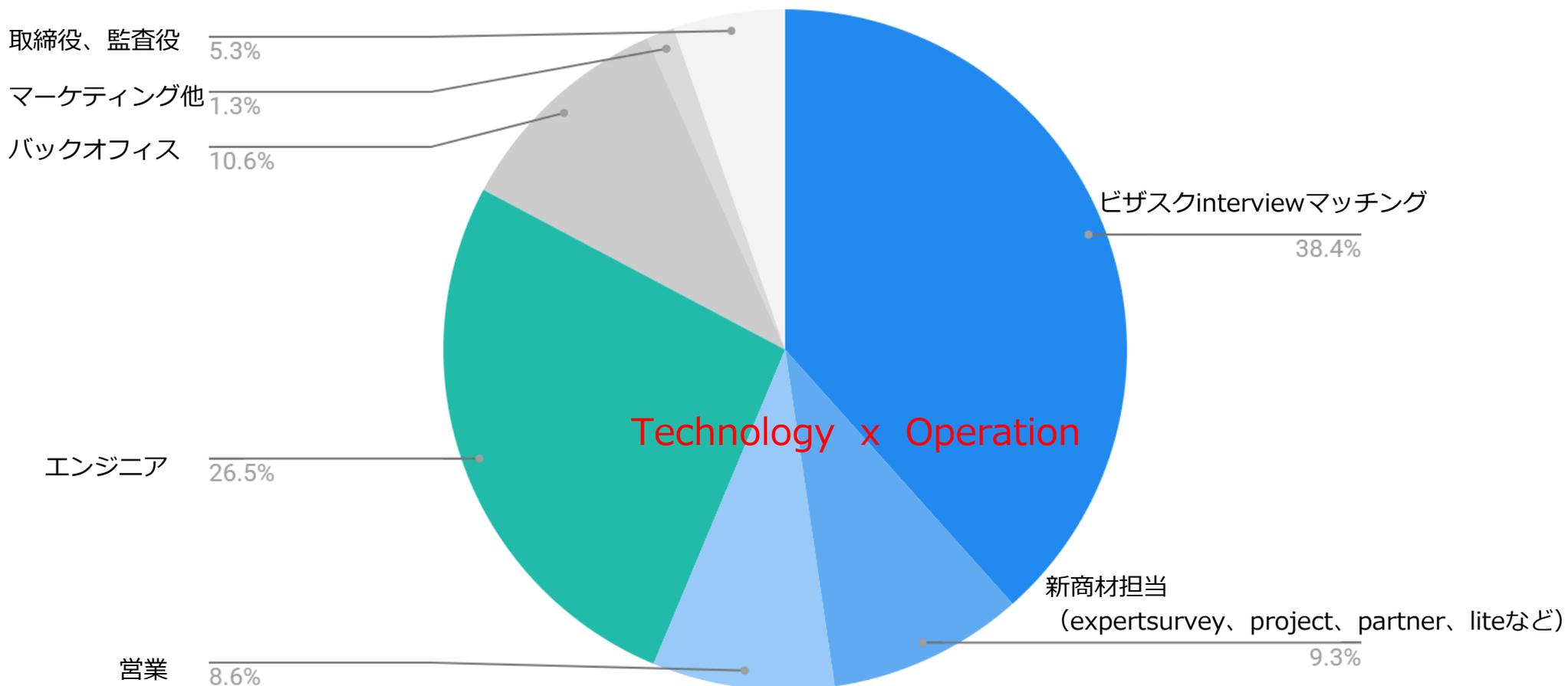
(参考) 株式情報

- VC保有比率は、11.0% から、8.3%に低下



(参考) 従業員構成

- エンジニアが3割弱を占める
- テクノロジー x オペレーションによる、精緻で生産性の高い組織



(参考) 沿革

2012年3月	株式会社walkntalk設立
2012年12月	「ビザスク」β版運用開始
2013年10月	「ビザスク」を正式リリース
2014年11月	株式会社ビザスクへ商号変更
2016年12月	帝人「One Teijin Award」の包括的支援プロジェクトを受託（現ビザスクprojectの初案件）
2017年4月	海外対応専任チーム「VQ Global」を発足
2018年1月	BtoB向けのwebアンケート調査「ビザスクexpert survey」を提供開始
2018年6月	経済産業省により「J-Startup」企業に選定
2019年6月	「ビザスクweb展示会」リリース
2019年8月	フルサポート形式「ビザスク」、セルフマッチング形式「ビザスクlite」、グローバル対応強化に向けてサービス英語名称を「VQ」へ
2019年12月	シンガポール共和国に駐在員事務所を設立
2020年1月	セルフマッチング形式「ビザスクlite」においてチームプランを提供開始
2020年4月	シンガポール共和国に現地法人「VISASQ SINGAPORE PTE.LTD.」を設立
2020年12月	「ビザスクboard」リリース
2021年1月	「ビザスク業務委託」を「ビザスクpartner」に改称